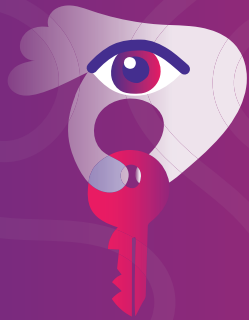


EUROMO* MŰHELY A MÉDIATULAJDONLÁS ÁTLÁTHATÓSÁGÁRÓL



Médiaműveltség műhely
16-18 éves diákoknak

TARTALOM

Bevezetés - p. 3

Első modul – sajtóban megjelent
cikkek tartalmi elemzése - p. 28

Második modul – a médiatulajdon
strukturális elemzésének
kulcsfogalmai - p. 30

Harmadik modul – a médiatulajdon
strukturális elemzése - p. 41

Negyedik modul – Csoportos
beszélgetés a kulcsfontosságú
tanulságokról - p. 43

Ötödik modul – Audiovizuális
bemutató / médiatartalmak készítése
a tananyag bemutatására - p. 45

BEVEZETÉS



A műhely célkitűzése és tevékenységei - p. 4

A műhely szerkezete - p. 6

Workshop portfolio: contents and
how to use it - p. 9



A MŰHELY CÉLKITŰZÉSE ÉS TEVÉKENY- SÉGEI

4 / 48

Tevékenység: Médiakutató műhely diákoknak

Célkitűzések: A műhelynek két célja van:

1. Általános média-tudatosságot növelő tevékenységként a műhely célja a kritikai gondolkodás fejlesztése/megerősítése, és annak a megértése, hogy miért fontos a **médiatulajdon átláthatósága** egy demokratikus társadalomban.
2. A diákok bevonására irányuló célzott gyakorlati tevékenységként a műhely másik célja, hogy erősítse a kritikai gondolkodást a) a különböző médiaorgánumokon keresztül kapott információk, valamint a b) a politikai/ideológiai, gazdasági és társadalmi erők tekintetében (ahogyan azok a médiatulajdonban kifejeződnek).

Kommunikációs jogokkal kapcsolatos megközelítés:

A véleménynyilvánítás szabadsága és az információhoz való hozzáférés bármilyen médián keresztül egyetemes emberi jog, és alapvető fontosságú a joggyakorlás és mások jogainak védelme szempontjából. Ezen belül

a médiatulajdonlás átláthatósága azt jelenti, hogy az embereknek joguk van tudni, milyen tulajdonosok állnak a médiaorgánumok mögött, és kinek az érdekeit szolgálják.

A javasolt tevékenységek során fejlesztendő általános készségek és képességek:

- Források keresése különböző nyelveken.
- A különböző országokból és médiakultúrákból származó tartalmak értékelése.
- Kritikus gondolkodás és megalapozott döntéshozás.
- Nézőpontok ütköztetése és a különböző nézőpontok elfogadása.
- Különböző szerepek vállalása a viták során.

Eszközök: Internetkapcsolattal rendelkező számítógépek/okostelefonok. Média dizájn/ szerkesztő programok/alkalmazások.

Előkészítő feladat a tanár számára: Keressenek olyan anyagokat, amelyek nyomán jobban megérthetik, mit jelent a média hatalma, a médiatulajdon, a demokratikusan működő média, a média átláthatósága. A médiahatalomról és médiateljesítményről való tanulás folyamatában fontos meghatározni, hogy pontosan mire irányul az elemzés, és fontos a feltett kérdések célzott megfogalmazása. Néhány inspiráló videó az alábbi linken: [Private vs. State-Controlled Media - Video & Lesson Transcript | Study.com](#)



A MŰHELY SZERKEZETE

A műhelyt két **tanórai foglalkozás** keretében kell lebonyolítani. Opcionálisan a gyakorlatok egy része órán kívüli feladat formájában is elvégezhető.

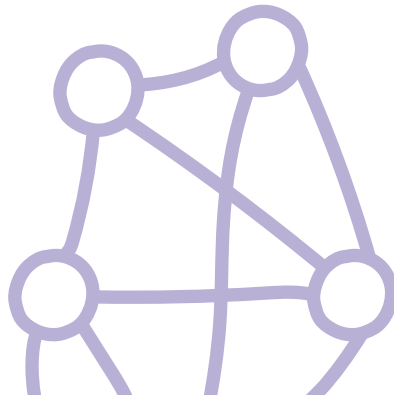
A műhelyt öt, egyenként 30–45 perces **tanulási modulból** áll:

- Modul (1) Sajtótartalmak **alapos olvasása (close reading)**
- Modul (2) A médiatulajdon átláthatósági modelljeihez kapcsolódó elemzések **központi fogalmai**
- Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések
- Modul (4) **Csoportos beszélgetés** az alapállapításokról
- Modul (5) Eredmények **audiovizuális bemutatása**

Az első három tanulási modul (Modul 1–3) a műhelymunka alapmoduljai, míg a 4. és 5. modul továbbfejlesztő modulok. Az öt modulos felosztás révén a tanárok adaptálhatják a műhelytervet a rendelkezésre álló idő, illetve a tananyag és a diákok kompetenciái, tanulási célkitűzései szerint, amint az alábbi példa mutatja:

Műhely: A opció

- **Első alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (1) Sajtótartalmak **alapos olvasása (close reading)**
 - » **Modul (2)** A médiatulajdon átláthatósági modelljeihez kapcsolódó elemzések **központi fogalmai / Központi fogalmak**, amelyekkel leírhatók a médiatulajdon átláthatóságának különböző módjai
- **Második alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések
 - » Modul (4) **Csoportos beszélgetés** az alapvető megállapításokról
 - » VAGY Modul (5) Eredmények **audiovizuális bemutatása**



Műhely: B opció

- **Első alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (1) Sajtótartalmak **alapos olvasása (close reading)**
 - » **Modul (2)** A médiatulajdon átláthatósági modelljeihez kapcsolódó elemzések **központi fogalmai / Központi fogalmak**, amelyekkel leírhatók a médiatulajdon átláthatóságának különböző módjai
 - » Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések tantermen kívül
- **Második alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések: munkacsoportok eredményeinek bemutatása
 - » Modul (4) **Csoportos beszélgetés** az alapvető megállapításokról
 - » VAGY Modul (5) Eredmények **audiovizuális bemutatása**

Műhely: C opció

- **Első alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (1) Sajtótartalmak **alapos olvasása (close reading)**
 - » **Modul (2)** A médiatulajdon átláthatósági modelljeihez kapcsolódó elemzések **központi fogalmai / Központi fogalmak**, amelyekkel leírhatók a médiatulajdon átláthatóságának különböző módjai
 - » Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések tantermen kívül
- **Második alkalom** (tanteremben):
 - » Modul (3) **Médiatulajdonlás** elemzések: munkacsoportok eredményeinek bemutatása
 - » Modul (4) **Csoportos beszélgetés** az alapvető megállapításokról
 - » Modul (5) Eredmények **audiovizuális bemutatása** tantermen kívül

MŰHELY- PORTFÓLIÓ: TARTALOM ÉS HASZNÁLATI ÚTMUTATÓ



9 / 48

Ez a műhelyportfólió tartalmazza a két alkalomból álló műhely megtervezéséhez és lebonyolításához szükséges információkat, modulstruktúrát és anyagokat, valamint a lehetséges további feladatokat. Mint jeleztük, az alapmoduloknak (1., 2. és 3.) mindig a workshop részét kell képezniük, míg a 4. és 5. modulok javaslatok a workshop lezárására. Ezért a tanárok itt megtalálhatják az egyes tanulási modulok megtervezéséhez és lebonyolításához szükséges tanulási célokat, struktúrát, anyagokat és információkat.

AZ ÖT MODUL ÁTTEKINTÉSE

Vizsgált kérdéskategóriák	<p>Hírek, közérdekű történetek, médiaorgánumok, médiacsoportok, közszolgálati média, globális platformok.</p>
A téma jelentőségének indoklása	<p>A médiatulajdonlás átláthatósága minden médiafelhasználó (polgárok, diákok, kutatók, politikai döntéshozók) számára fontos kérdés, hiszen az, hogy ki a tulajdonosa egy médiaorgánumnak, hatással lehet mind a tartalomra, mind az újságírói gyakorlatra. A hírsajtó különböző tulajdonosi háttérrel rendelkezik: állami tulajdon, családi tulajdon, párttulajdon, vállalati (tröszt) tulajdon, köz- vagy testületi tulajdon. Az, hogy egy médiaorgánumnak ki a tulajdonosa, a sajtóban egyrészt a piaci koncentráció és a monopolizáció, másrészt pedig a média sokszínűségére, a közvélemény-formálásra, a demokráciára és az újságírói autonómiára tett hatása miatt lehet kérdés. Az információt mindig befolyásolja annak szerzője (újságíró vagy médiatermelő).</p> <p>A médiafogyasztók gyakran nem figyelnek arra, vagy nem törődnek azzal, hogy ki irányítja a médiát. Az információáramlás növekedésével és a médiacsatornák elszaporodásával azonban rendkívül fontos tudni, hogy ki ellenőrzi az információt. Olyan alapkérdésekkel, mint hogy ki áll az információ mögött, ki birtokolja és ellenőrzi a médiát, mindenkinek foglalkoznia kellene.</p>
Résztevők száma	15-20 diák, 3-4 fős csoportokra osztva

Mielőtt elkezded...	<p>A tanárnak a következő aspektusokat kell ellenőriznie:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nemek közötti egyenlőség• A résztvevők társadalmi-gazdasági és iskolai/oktatási háttérének változatossága• Kisebbségi csoportok bevonása
Célzott korcsoport	16-18 év
Szükség lesz	Számítógép, internethozzáférés, vetítővászon, projektor
Fő célkitűzések	<ul style="list-style-type: none">• Fejlesztani és erősíteni a kritikus gondolkodást, megérteni, miért fontos az információk pontosságának és minőségének a biztosítása• Tudatosítani a médiatartalmakban kifejeződő politikai/ideológiai, gazdasági, társadalmi erőket.• Tudatosítani, hogy milyen politikai/ideológiai, gazdasági és társadalmi hatalmak léteznek és hatnak a médiatulajdonlásra és a média átláthatóságára egy demokratikus társadalomban.• Tudatosítani és megkérdőjelezni az előítéleteket/tévhiteteket és sztereotípiákat.

	<ul style="list-style-type: none"> • Megérteni a saját médiakultúránkat és médiaátláthatósági modellünket, összehasonlítva más földrajzi régiók médiakultúráival és médiaátláthatósági modelljeivel. • Megtanulni bizonyos eszközök (például adatbázisok) használatát, amelyek segítenek megszilárdítani a tanultakat, és a későbbiekben is segítenek a diákoknak szembenézni a kihívásokkal.
<p>MODUL 1</p> <p>Bemutató – Kvíz indítása - Hírolvasás – Hírek összehasonlítása</p>	<p>MODUL BEMUTATÁSA</p> <p>Tartam: 30-45'</p> <p>A tanár különböző hírtartalmakat mutat a diákoknak a klímaváltozás témájában, amelyeket különböző vagy azonos médiacsoportokhoz tartozó médiaorgánumok különbözőképpen mutatnak be. Minden diáknak rá kell mutatnia, milyen információt közöl mindegyik hírforrás, milyen különbségek léteznek, és reflektálnia kell annak a médiacsoportnak a küldetésnyilatkozatára (mission statement), amelyhez a hírt közlő médiaorgánum tartozik.</p> <p>EGYÉNI TEVÉKENYSÉG – KVÍZ INDÍTÁSA</p> <p>A tanár egy tíz kérdéses interaktív kvízt készít, amelyre a diákok egyénileg kell válaszoljanak a modul végi tanulási elvárásairól.</p>

CSOPORTOS TEVÉKENYSÉGEK

1. FELADAT: HÍREK OLVASÁSA

A diákoknak két hírt kell elemezniük, hogy a következő kérdésekre válaszolhassanak:

- Mindkét (ellentétes) oldal közöl-e információt az egyes cikkekben, és ha igen, milyen?
- Egyik oldalnak több tér/idő jut mint a másiknak, vagy minden forrásnak ugyanannyi idő/tér áll rendelkezésére az álláspontja megfogalmazására? A tartalom részrehajló vagy kiegyensúlyozott?
- Milyen kérdéseket tettek fel az újságírók és miért?
- Kik a megkérdezett vagy idézett források/emberek?
- Milyen a használt nyelvezet? A használt szavak semlegesek vagy expresszívek/kifejezőek? – Hogyan és milyen főcímetek, képeket, grafikákat használnak?
- Vannak-e (tárgyi, nyelvtani) hibák? Van-e összefüggés ezek és a médiatípus között?
- Mi az adott médium kontextusa? Mire reagál? Releváns?
- Használ nem releváns forrásokat?
- Milyen információ marad ki?

2. FELADAT: AZ INFORMÁCIÓK ELLENŐRZÉSÉRE SZOLGÁLÓ FORRÁSOK AZONOSÍTÁSA

Határozza meg a kérdések megválaszolásához felhasznált forrásokat, és számolja meg, hogy az egyes kérdések megválaszolásához hány forrást használtak fel. Készítsen egy értékelési skálát, amely alapján a diákok felmérhetik, hogy a médium nagyon kielégítően/átlagosan/gyengén válaszol-e a javasolt kérdések mindegyikére.

3. FELADAT: A HÍREK ÖSSZEHASONLÍTÁSA

Hasonlítsa össze az egyes vizsgált hírek értékelési skáláit, és ennek alapján állapítsa meg, hogy a két médium közül melyik tudósít átfogóbb, befogadóbb és megfelelőbb módon a vizsgált témáról.

MODUL 2**Alapfogalmak****MODUL LEÍRÁS****Időtartam: 30-45'**

A tanár bevezet egy vagy több kiválasztott fogalmat **a médiatulajdonlás átláthatósági modelljeinek** elemzésével kapcsolatban. Ezek feltárásán keresztül vizsgálja a médiatulajdonlással kapcsolatos különbségeket:

- Az egyszerű struktúráktól az összetett struktúrákig, az egyéni mintáktól a konglomerátumokig.
- Két modell: a közszolgálati média modellje és a magánmédia modellje.
- Médiatulajdonlás és átláthatóság globális kontextusban.
- A gazdasági és pénzügyi szereplők szerepe a médiatulajdonlásban és az átláthatóságban.
- A politika hatása a médiatulajdonlásra és az átláthatóságra.

FELADAT: FOGALMAK KUTATÁSA

Végezzen internetes kutatást a négy témakörben (médiahatalom, médiatulajdon, demokratikusan működő média, média átláthatósága). Használhat bármilyen elérhető forrást, például cikkeket, wikipédiát stb. Hasonlítsa össze a talált információkat a fogalmaknak a műhelymunkán bemutatott alapvető definícióival.

MODUL 3**Médiacsoport
keresése -
Médiatulajdonosi
elemzés****MODUL LEÍRÁS****Időtartam: 30-45'**

A feladat célja, hogy a diákok azonosíthassák a jól ismert és kevésbé ismert média-brandek mögött álló médiacsoportokat (ha az EurOMo adatbázisát akarják felhasználni, kérjük, vegye figyelembe, hogy elemzésünkben csak a releváns média-brandeket vettük figyelembe), és vizsgálják meg, hogy országukban hány médiacsoport van, vagyis mennyire koncentrált ott a hír- és információs médiapiac. Emellett fontos, hogy a diákok az országuk határain kívülre is tekintsenek, és megvizsgálják például egy szomszédos ország médiahelyzetét. Itt figyelembe vehetők azok az elemek, amelyek szerepet játszanak a koncentrált médiapiacon: pl. a lakosság száma, a nyelvterület/piac mérete, nagy nemzetközi médiaállalatok jelenléte, azaz egy szomszédos országból származó, azonos nyelvet beszélő vállalatok.

1. FELADAT: MÉDIACSOPORT KERESÉS A RÉSZTVEVŐ SAJÁT ORSZÁGÁBAN

Derítse ki, hogy melyik médiacsoportoz tartozik az a két médium, amelyben a híreket közzétették.

A kérdések a következők:

- Mik a legfontosabb hír- és tájékoztatási médiaorgánumok az országukban, amelyek különböző csoportokat céloznak meg (gyerekek, fiatalok, idősek, kiskorúak, szakemberek, ...)?
- Tudja-e azonosítani az országában működő közszolgálati vagy állami tulajdonú médiaorgánumokat?
- Melyek a magántulajdonban lévő médiaorgánumok az Ön országában?
- Működik-e közösségi fenntartású média az országában?
- Vannak-e olyan médiaorgánumok az országában, amelyek közvetve vagy közvetlenül politikai pártok tulajdonában vannak?
- Tudja-e, hogy kik a tulajdonosai a hír- és információs médiának az Ön országában? Hol kell keresnie, hogy ilyen információkat találjon a médiatulajdonlásról?
- Kik a médiatulajdonosok az Ön országában? Más, szomszédos országokban is médiatulajdonosok?
- Mit gondolnak a hír- és információs média szerepéről? Miért van a tulajdonukban hír- és információs média?
- Milyen más vállalkozásaik vannak a médiatulajdonosoknak? Ez mennyiben releváns? Van-e érdekellentét a kereszttulajdonlásban?

A diákoknak a következő szempontokra kell figyelniük:

- Értékeljék, hogy mennyire volt nehéz megszerezni ezeket az információkat
- Határozzák meg, hogy milyen mértékben szükséges az adott médiaorgánumon kívüli weboldalakat használni ezen információk megszerzéséhez.
- Ellenőrizzék, hogy mennyi időre van szükség ezen információk megszerzéséhez.
- Elemezzék, hogy ezekben a médiatulajdonosi láncolatokban hány más vállalkozás vesz részt.

2. FELADAT: ÖSSZEHASONLÍTÁS A SZOMSZÉDOS ORSZÁGOKKAL

Nézze meg a médiacsoportok helyzetét egy szabadon választott országban, és hasonlítsa össze a saját országával.

Kérdések:

- Hogyan tudja megmagyarázni a különbségeket vagy hasonlóságokat?
- Használják az EurOMo mutatókat, amelyeket ehhez a feladathoz adtunk.
- Melyik médiatermék közszolgálati vagy állami média?
- Melyek a kereskedelmi médiaorgánumok?
- Melyik média függ közvetlenül a politikai pártoktól?
- Melyik termék úgynevezett közösségi fenntartású média?
- Milyen előnyei és hátrányai vannak ezeknek a különböző médiaorgánumoknak a hír- és információtartalom-szolgáltatás szempontjából?
- A médiapiac inkább vagy kevésbé koncentrált az Önök országában, mint a szomszédos országokban?

MODUL 4

Záróvita - az előítéletek, sztereotípiák leleplezése a tanár magyarázatai nyomán, illetve egy állítás-játékot játszva.

MODUL LEÍRÁSA

Időtartam: 30-45'

A feladat célja, hogy segítsen a diákoknak feltárni a médiatulajdonlással (politikai, kereskedelmi, közösségi fenntartású, stb.), az ezzel kapcsolatos adatok elérhetőségével (a tulajdonlás átláthatósága), a médiatulajdonlás hatásának, befolyásának formáival kapcsolatos előfeltevéseiket/ tévhiteiket/ sztereotípiáikat.

ELŐFELTEVÉSEK/TÉVHITEK/SZTEREOTÍPIÁK: Az előfeltevések olyan általános ismeretek, amelyekkel mindannyian rendelkezünk, mielőtt mélyebben megismernénk egy témát. Ezek inkább elképzelések, azaz olyan vélemények, amelyeket még azelőtt alakítunk ki, hogy mélyebben tanulmányoznánk vagy gyakorlati tapasztalatok révén megismernénk valamit.

A sztereotípiák/előfeltevések a világ működéséről alkotott elképzelések egész sora alapján alakulnak ki. Ezek az elképzelések kialakulhatnak a barátokkal és a szülőkkel folytatott beszélgetések alapján, származhatnak a médiából, vagy az ember saját gondolkodási gyakorlatából eredhetnek. Az előfeltevéseket gyakran szembeállítják a tévhitekkel. A diákok bizonyítékok alapján tudják megváltoztatni a tévhiteiket. Az eszmék megváltoztatásához idő kell, de kritikus gondolkodásra és eszmecserére (összehasonlítás, szembeállítás) is szükség van. A sztereotípiák többnyire csoportokra vonatkozó nem méltányos/nem igazságos hiedelmek. A sztereotípiák társadalmi beágyazottsága nagyon mély, és különböző kontextusok, különböző kultúrák másfajta sztereotípiákat tárhatnak fel a „médiatulajdonosokkal” kapcsolatban.

FELADAT: A diákok nemcsak azt kell megtanulják, hogy **mit** fognak tudni a feladat megoldása után (áttekintik a fő fogalmakat és megkérdőjelezzik azokat saját ötleteikkel), hanem azt is, hogy **miért** kell azt tudniuk. Itt kétféle tevékenységet javasolunk: (a) Magyarázatok és Kérdések, valamint (b) az Állítások Játéka.

(a) A tanár az általa adott, a „médiatulajdonhoz” kapcsolódó fontos magyarázatot néhány, a tanulókhöz intézett kérdéssel egészíti ki:

- **Magyarázat:** A médiatulajdonosok **befolyásolhatják** a médiatartalmakat, és az indítékaik lehetnek politikai/ideológiai, személyes/társadalmi vagy kereskedelmi jellegűek.
 - » **K:** Miért lehetnek különböző típusú tulajdonosok (politikusok, vállalkozók, társadalmi/közösségi csoportok) érdekeltek abban, hogy médiatulajdonuk legyen?
- **Magyarázat:** A médiatulajdonosok azok, akik “diktálhatják” a médiatartalmat, mivel ők alakítják ki egy hírszerkesztőség működési feltételeit. A médiatulajdonosok a **termelési eszközök**, tehát az erőforrások elosztásának az ellenőrzésével befolyásolják a médiaterméket. Például, ha az erőforrások szűkösek, az oknyomozó vagy tényfeltáró média veszélybe kerül. Ha az újságírók nem jutnak közlekedési eszközökhöz, nem hagyhatják el a szerkesztőséget, hogy tudósítsanak és interjút készítsenek a forrásokkal, akkor többnyire másodlagos forrásokra kell támaszkodniuk. A médiatulajdonosok tehát különböző típusú (pénzügyi, ideológiai) hatalmat gyakorolnak.
 - » **K:** Milyen médiatulajdonosokat ismer? A médián kívül milyen más típusú vállalkozásai vannak?

- **Magyarázat:** : Arra válaszolva, hogy kié a média (tehát ki áll az információ mögött), egyúttal arra is válaszolunk, hogy ki tartja kezében a hatalom gyepelőjét. Ezért a médiában fennálló tulajdonviszonyok átláthatósága a demokratikusan működő és elszámoltatható média fontos követelménye. Ha a médiatulajdonosokra vonatkozó információk **nyilvánosan hozzáférhetőek**, a fogyasztók szabadon eldönthetik, hogy az egyes konkrét esetekben fennáll-e az összeférhetetlenség veszélye. Az átláthatóság továbbá azt is lehetővé teszi, hogy a politikai és gazdasági hatalom birtokosai ne tudjanak visszaélni a médiával a saját érdekében.
 - » **K:** Kinek a tulajdonában vannak az Ön által kiválasztott ország vezető hírközlő csatornái? Hol lenne célszerű ilyen típusú információkat keresni? Milyen stratégiát kellene követni?
- **Magyarázat:** A média **átláthatósága** összefügg a finanszírozás átláthatóságával. A hirdetések még mindig fontos bevételi forrást jelentenek a média számára: ha a média fontos hirdetőktől függ, ezek nyomást gyakorolhatnak az újságírói munkára.
 - » **K:** Mi a helyzet a közfinanszírozással? Hogyan, milyen formában támogatja az állam a médiatevékenységet? Van-e helye politikai nyomásgyakorlásnak a közszolgálati médiában?

(b) A diákok részt vesznek egy „Állítások játéka” nevű játékban, amelyben egy álláspontot kell képviselniük és érvelniük kell mellette:

- A diákcsoportok választanak egyet a javasolt állítások közül, és részletesen kidolgozzák álláspontjukat. Minden állításhoz a tanár némi extra magyarázatot fűz (lásd a fenti magyarázó részben):
 1. **A médiatulajdon koncentrációja veszélyezteti az „eszmék piacát”.**
(pro és kontra érvek)
 2. **Az rendben van, ha az újságírók különböző médiatermékek számára írnak cikkeket.** (pro és kontra érvek)
 3. **A médiának átláthatónak kell lennie a finanszírozás tekintetében.**
(pro és kontra érvek)
 4. **A médiának átláthatónak kell lennie, hogy védje a szabad véleménynyilvánítás jogát.** (pro és kontra érvek)
 5. **A közönségnek lehetősége kell legyen dönteni a közszolgálati média tartalmáról.** (pro és kontra érvek)
 6. **It is okay for States to support (aid/subsidise) the media.**
(pro és kontra érvek)

MODUL 5**Eredmények
bemutatása:****médiatermék-
tervezés és kvíz****MODUL LEÍRÁSA**

Időtartam: Mivel ezt a modult tanórán kívüli tevékenységként javasoljuk, csak hozzávetőleges becsléseket adunk meg a médiatermék elkészítéséhez szükséges időről. A terméktervezés 20–30 órát vehet igénybe. Az osztályon belüli prezentációra minden csoport 15 percet kap.

Ez a feladat szabadon választható tevékenység, amelyet a diákok szabadidejükben végezhetnek. A csoportoknak az eredményeiket Canvas, PowerPoint, vagy más típusú mediaszerkesztő programok stb. használatával készült médiatermék formájában kell bemutatniuk.

MÉDIATERMÉK: Bemutatásra készülő médiaterméként a diákok számos lehetőség közül választhatnak: esszé, ppt prezentáció, plakát, fotó-novella (fotósorozat), vizuális grafika (médiafa), podcast, digitális történet, napló, rajzfilm, stb. A médiatermékekre vonatkozó követelményeket (esszé esetében a szavak száma, ppt-diák száma, podcast esetében a percek száma stb.) a tanárnak kell meghatározni a tanulók életkora és a médiatermékek készítésével kapcsolatos ismereteik alapján.

	<p>TERVEZÉSI FOLYAMAT: A médiatermék-tervezés során a tanulóknak szerepet kell választaniuk maguknak (ötletgazda, médiatervező, forgatókönyvtervező, adatgyűjtő stb.). Emellett a forgatókönyvtervezés és a tervezési folyamat első lépéseként a diákcsoportoknak készíteniük kell egy listát a kiválasztott típusú (esszé, plakát, podcast stb.), általuk inspirálónak talált médiatermékekről.</p> <p>ZÁRÓ LÉPÉSEK - KVÍZ: A tanár egy 10 kérdésből álló interaktív kvízt készít, amelyben megkérdezi a diákokat, hogy a modulra vonatkozó tanulási elvárásaik hogyan teljesültek (mit gondolnak arról, hogy mit tanultak, mit élveztek és miért, a tanulási folyamat mely szakaszai voltak nehezek és miért).</p>
Kompetenciák	<p>A megszerzett kompetenciatípusok:</p> <ul style="list-style-type: none">• Digitális kompetencia• Kommunikációs kompetenciák• Interdiszciplináris tudás• Interkulturális tudatosság (a médiatulajdonlás és -szabályozás európai/globalis perspektívái)• Médiatervezés

Képességek értékelése	A tanár által értékelendő készségek összessége: <ul style="list-style-type: none">• Információhoz való hozzáférés és információgyűjtés különböző forrásokból• Az információforrások értékelése és a média felelőségének a tudatosítása abban, hogy a közérdekű témákról való beszédet és véleményalkotást támogassa.• Felismerni a társadalom politikai, gazdasági és társadalmi erőit, és ezek médiára gyakorolt hatását.• Felismerni, hogy az újságírói narratívákban hogy jelennek meg és vannak azonosítva ezek az erők.• Csapatépítő tevékenységek végzése• Különböző nézőpontok elfogadása
Hivatkozások	<ul style="list-style-type: none">• Vízszintes olvasás https://cor.stanford.edu/curriculum/collections/teaching-lateral-reading/• A SIFT módszer: https://happgood.us/2019/06/19/sift-the-four-moves/ https://www.notion.so/checkpleasecc/Check-Please-Starter-Course-ae34d043575e42828dc2964437ea4eed• A CRAAP teszt: https://researchguides.ben.edu/source-evaluation

Variációk

Az 1-5 modul a következő variációkkal is végezhető: A diákok saját országukból származó eseteket (hírcikkek, médiatulajdonosi struktúrák) elemeznek, és az eredményeket összehasonlítják más országok médiahelyzetével. Így könnyebben meglátják a saját országuk és más országok közötti hasonlóságokat és különbségeket.

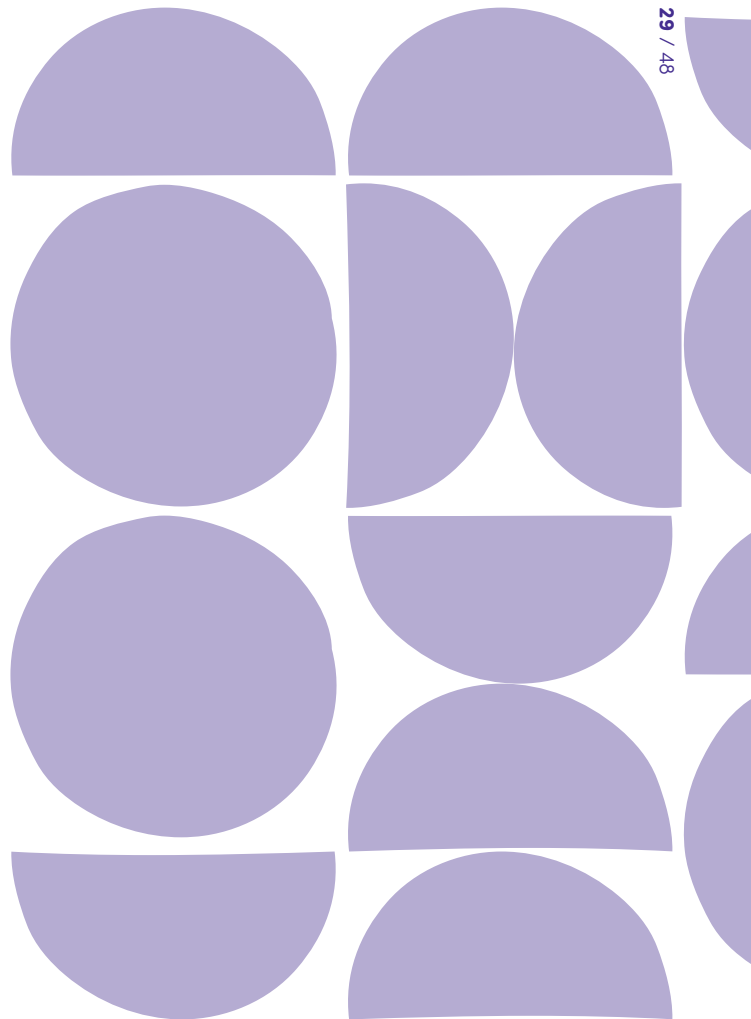
AZ ÖT MODUL TERVEZETT TEVÉKENYSÉGEI

1. Első modul: Hírek tartalmi elemzése
2. Learning about theory and concepts
3. Clarifying the significance of the idea of 'Transparency'
4. Reflecting on what was learned and how that affects the students
5. Transferring learning experience into media designs

ELSŐ MODUL: HÍREK TARTALMI ELEMZÉSE



E modul célja, hogy a diákok megállapíthassák, hogy egy közérdekű témával – például az éghajlatváltozással – kapcsolatos hírt két, különböző médiacsoporthoz tartozó orgánumban hogyan kezelhet eltérően. A tanár például választhat egy olyan újságcikket, amely egy képzettebb és tehetősebb közönségnek szól, és egy másik, populárisabb sajtótermék cikkét, amely inkább a nagyközönség aggodalmait és nézeteit emeli ki. A diákoknak azonosítaniuk kell ezeket a különbségeket, és fel kell ismerniük, hogy milyen típusú információkat kapnak a két vizsgált hírben.



MÁSODIK MODUL: A MÉDIATULAJDONLÁSI MODELLEK ELEMZÉSÉHEZ KAPCSOLÓDÓ ALAPFOGALMAK.

1. fogalom: Médiahatalom - p. 31
2. fogalom: Médiatulajdonlás - p. 33
3. fogalom: Demokratikusan működő média - p. 36
4. fogalom: A média átláthatósága - p.37



A hallgatók olyan fogalmakkal ismerkednek meg, mint a médiahatalom, a médiatulajdon, a demokratikusan működő média, a média átláthatósága, a média típusai (pl. közszolgálati média, állami média, kereskedelmi média, közösségi fenntartású média, politikai pártok tulajdonában lévő média). A tanárok rövid definíciókat kapnak, amelyeket bevezetésként használhatnak.

1. FOGALOM: MÉDIAHATA- LOM

31 / 48



A modern democráciákban a médiaorgánumoknak kulcsszerepe van abban, hogy a nyilvánosságot az aktuális ügyekről tájékoztassák és a politikai szereplőket felelősségre vonják tetteikért és döntéseikért. Az „ember kiterjesztéseként” (McLuhan, 1964) a kortárs médiumok könnyű kommunikációs eszközt is biztosítanak, feloldva a tér-idő korlátokat. Összességében a médiahatalom a társadalmi-politikai szereplők, intézmények és vállalkozók közötti kapcsolati hálót jelenti, amely befolyásolja azoknak a szimbolikus erőforrásoknak az elosztását, amelyek a körülöttünk lévő világról alkotott képzeleteinket, valamint a világba való beavatkozási képességünket diktálják (Freedman, 2015). A médiahatalom előnyeit azonban néha felborítják vagy aláássák olyan jelenségek, mint a médiatulajdonosok által gyakorolt információmanipuláció. Ilyen értelemben, bár minden nap hatalmas mennyiségű információval vagyunk túlterhelve, ezek nagyrésze akár félrevezető is lehet. Ezek a minőségi tájékoztatást és a médiapluralizmust sújtó veszélyek többek között abból erednek, hogy „a gazdasági erőforrások egyre inkább néhány gigantikus online platformra/médiumra koncentrálódnak, és a rendelkezésre álló technológiai eszközök favorizálják a dezinformáció terjesztését” (Parcu, 2020).

References

- Freedman, D. (2015). Paradigms of media power, *Communication, Culture & Critique*, 8: 273–289.
- Parcu, P. L. (2020). New digital threats to media pluralism in the information age. *Competition and Regulation in Network Industries*, 21 (2): 91–109.



2. FOGALOM: MÉDIATULAJ- DONLÁS

A médiatulajdonlás a kormányzási struktúrák azon különböző formáit jelenti, amelyek alapján természetes vagy jogi személyek egy médiaorgánium működtetésén keresztül befolyást gyakorolnak a nyilvánosságra. A médiatulajdonlás alakulása és a demokratikus társadalomra gyakorolt hatása annak a médiarendszernek a sajátosságaitól és jellegzetességeitől függ, amelyben a tulajdonlás kialakul. A hírmédiát illetően a tulajdonlás számos formát ölthet: állami tulajdon, családi tulajdon, párttulajdon, trösztök tulajdona, köztulajdon, vállalati tulajdon (Sjøvaag & Ohlsson, 2019). A médiában fennálló tulajdonviszonyok mögött pénzügyi és politikai előnyök húzódnak meg. A médiatulajdonosi rendszerekhez kapcsolódó számos aggály között szerepel a médiapiacra belüli potenciális monopolizáció vagy hatalomkoncentráció, amelyek jelentősen befolyásolják a közvélemény kialakulását és a demokráciát. A demokratikus társadalmakban értéknek számít, ha több médiatulajdonos van jelen a médiatérben, ez a plurális tulajdonviszonyok feltétele. A médiatulajdonlás minden formája előnyökkel és hátrányokkal jár. A médiatulajdonosi struktúrák főbb tipológiája a következőképpen foglalható össze (Pickard, 2015): Horizontális:

amikor egy jogi személy különálló, de hasonló médiatermékek tulajdonosa; Vertikális: amikor egy jogi személy a média előállításának és terjesztésének különböző szakaszait birtokolja; Diagonális: amikor egy jogi személy keresztben birtokol több különböző médiavállalkozást.

A médiában fennálló tulajdonosi struktúrák a következő kategóriákra is vonatkozhatnak:

- Közszolgálati média, amely két alkategóriára osztható: a) közszolgálati műsorszolgáltatás és b) állami tulajdonú média.
- Magántulajdonú és vállalati média: A közmédiával ellentétben ezek független tulajdonban vannak, nyereségorientáltak, és elsősorban az értékesítésből és a reklámokból tartják fenn magukat, a kereskedelmi bevételek tartják fenn a magántulajdonú médiát.
- Közösségi fenntartású média: Ezek jellemzően szerény, részvételi, közösségi fenntartású, nonprofit platformok.
- Pártok és politikusok tulajdonában lévő média: Ebbe a kategóriába tartoznak a politikai pártok által előállított különféle tömegtájékoztató eszközök, a pártpamfletektől a gazdag politikusüzletemberek által ellenőrzött kiadványokig.

References:

Iosifidis, P. (2016). Media concentration in the UK. In: E. Noam (Ed.), *Who Owns the World's Media?: Media Concentration and Ownership around the World*, (pp. 425–454). New York: Oxford University Press.

Evershed, N. (2020). Australia's newspaper ownership is among the most concentrated in the world. *The Guardian*. Sur <https://www.theguardian.com/news/datablog/2020/nov/13/australiannewspaper-ownership-is-among-the-most-concentrated-in-the-world>

Flew, T. (2018). *Understanding Global Media* (2nd ed.). London: Palgrave Macmillan Palgrave.

Hamelink, C. J. (2015). *Global Communication*. London: Sage.

Kedia, S. & Gunchang, K. (2021). *Impact of Media Ownership on News Coverage*. Sur <https://ssrn.com/abstract=3773240> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3773240>

Sjøvaag, H. & Ohlsson, J. (2019). *Media Ownership and Journalism*. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press Studies. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.839

Pickard, V. (2015). Media ownership. Tiré de G. Mazzoleni, K.G. Barnhurst, K. Ikeda, R.C.M. Maia, & H. Wessler (Eds.), *The International Encyclopedia of Political Communication* (First Edition). John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/9781118541555.wbiepc206

Wen, Y. (2021). The political and economic impact of media ownership structures and concentration on global communication, *Butler Journal of Undergraduate Research*: Vol. 7, Article 15. Sur <https://digitalcommons.butler.edu/bjur/vol7/iss1/15>



3. FOGALOM: DEMOKRATI- KUSAN MŰKÖDŐ MÉDIA



A média döntő szerepet játszik a modern demokrácia működésében, azonban ahhoz, hogy betölthesse szerepét és az információ terjesztésén keresztül előmozdítsa a demokratikus eszméket, magának a médiarendszernek demokratikusnak kell lennie felépítését és infrastruktúráját tekintve. Ebben a tekintetben fontos, hogy mind a közönség, mind a politikai döntéshozók világos képet kapjanak a médiapiac szerkezetéről és méretéről, hogy meg tudják ítélni, hogy az képes-e szolgálni a demokráciát. Ideális esetben a média jelentősége abban rejlik, hogy képes terjeszteni azokat az értelmezési kereteket, eszméket, fogalmakat, tényeket és érveket, amelyek a politikai kérdések és aktuális ügyek megértésében segítenek. A felkínált kereteket azonban korlátozza az azokat előállító érdekek összefonódása, ezért fontos feltérképezni ezeket az érdekeket (Murdock & Golding, 1974). Ezen túlmenően a médiatermékek pusztá száma nem jelenti azok tartalmi sokszínűségét, ezért egy médiarendszer vizsgálatakor fontos a tartalom és a vélemények diverzitását vizsgálni, és felmérni a médiapiacon belüli tartalmi sokszínűséget (Wasko, 1994).

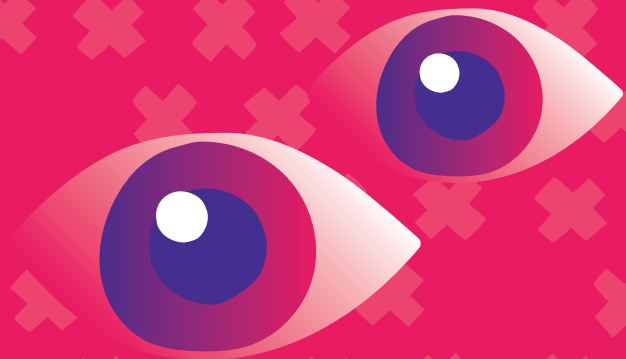
A demokratikusan működő médiarendszer egyik

aggálya a **médiatulajdonosi koncentráció** jelensége, mivel a médiapiacra való belépés növekvő költségei korlátozhatják a potenciális médiatulajdonosok számát, és torzíthatják a média idealizált szerepét (Murdock, 1990). Ugyanakkor más tényezőket is figyelembe kell venni, mivel a médiatulajdonosi koncentráció és a médiatermékek sokszínűsége közötti kapcsolat nem lineáris. A piac mérete és szerkezete, a tartalom sokszínűsége, a források és az innovációs tendenciák is fontosak (Doyle, 2012).

References:

- Doyle, G. (2012). *Audiovisual Economics: Audiovisual markets in the European Union*. Quaderns del CAC, XV(1), 15.
- Murdock, G. (1990). Redrawing the map of the communication industries. In M. Ferguson (Ed.), *Public Communication: The new imperative* (p. 1). Beverly Hills, CA: Sage.
- Murdock, G., & Golding, P. (1974). For a political economy of mass communications. *Socialist Register*, 10: 205.
- Wasko, J. (1994). *Hollywood in the Information Age: Beyond the silver screen*. Cambridge: Polity Press in Association with Blackwell.

4. FOGALOM: A MÉDIA ÁT- LÁTHATÓSÁGA



A független média a modern demokrácia egyik legfontosabb pillére, amit gyakran neveznek a negyedik rendnek. A modern demokráciában a média feladata, hogy a polgárokat olyan információkkal lássa el, amelyek segítik őket saját véleményük kialakításában és a tájékozottabb politikai döntések meghozatalában (Williams és Delli Carpini, 2011), együttal ún. őrkutya (watchdog) szerepet is szán nekik, amelynek az a feladata, hogy az állami és vállalati szektorokat felelősségre vonja a mulasztásokért és a hatalommal való visszaélésekért (Barendt, 2007). Ahhoz azonban, hogy a média és az újságírók betölthessék normatív szerepüket, a médiatulajdon átláthatósága előfeltétel. Különösen az újságírás átláthatósága az egyik eszköze annak, hogy ellensúlyozni lehessen a közönség csökkenő bizalmát a hírszolgáltatókkal szemben (Karlsson, 2020).

A média gyakran lehet erős politikai és gazdasági érdekek „foglya” (Dragomir, 2019), amelyek korlátozhatják a terjesztett információk sokféleségét, illetve az újságírók lehetőségét arra, hogy megkérdőjelezzék a hatalmat. Ezért kulcsfontosságú, hogy a média tulajdonosaival és az újságírás finanszírozásának módjával kapcsolatos információk

nyilvánosan elérhetőek és hozzáférhetőek legyenek mind felfelé, mind lefelé. A lefelé irányuló átláthatóság a média elszámoltathatóságát érinti a civil társadalom, a befektetők és a nagyközönség felé, és a döntéshozatali folyamatra vonatkozik, míg a felfelé irányuló átláthatóság azt jelenti, hogy a média tulajdonosi hátterére vonatkozó információk elérhetőek a szabályozó szervek számára (Craufurd-Smith, Kliemkiewicz, & Ostling, 2021). A médiatulajdonosi átláthatóság biztosítja, hogy a politikai döntéshozók és a szabályozó hatóságok rendelkezzenek minden információval ahhoz, hogy a médiapiac optimális működéséhez szükséges szabályokat kidolgozhassák.

Bár a médiatulajdonlás átláthatósága önmagában nem elegendő feltétele a demokratikus szerepvállalásnak, annak mégis alapvető feltétele mind a politikai döntéshozók, mind a közvélemény számára, hogy a média betölthesse demokratikus szerepét.

References:

Barendt, E. (2007). *Freedom of Speech*. Oxford: Oxford University Press.

Craufurd-Smith, R., Klimkiewicz, B. & Ostling, A. (2021). Media ownership transparency in Europe: Closing the gap between European aspiration and domestic reality, *European Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1177/0267323121999523>

Dragomir, M. (2019) Media Capture in Europe. New York: Media Development Investment Fund. Sur <https://www.mdif.org/wp-content/uploads/2019/07/MDIF-ReportMedia-Capture-in-Europe.pdf>

Karlsson, M. (2020). Dispersing the Opacity of Transparency in Journalism on the Appeal of Different Forms of Transparency to the General Public, *Journalism Studies*, 21:13, 1795–1814, DOI: 10.1080/1461670X.2020.1790028

Williams, B. A. & Delli Carpini, M., X. (2011). *After Broadcast News: Media Regimes Democracy and the New Information Environment*. Cambridge: Cambridge University Press.

Feladatok:

A diákok 4-5 fős csoportokban a megadott fogalmak alapján közösen dolgozva (kb. 10 percig), két példát keresnek az országuk médiapiacáról, a következőkre figyelve:

- a)** A médiahatalom egy pozitív és egy negatív aspektusa

Vagy

- b)** Két különálló jellegzetes esete a médiatulajdonlási struktúráknak (pl. horizontális, vertikális, diagonális)

Az egyes csapatok ötletelése után egy-egy képviselő bemutatja a csoportnak a kiválasztott paradigmákat, amelyek célja a kreatív párbeszédök ösztönzése.

Ezután a diákok két csoportban a megadott koncepciók alapján közösen dolgoznak (körülbelül 15 percig) egy kampány fő üzenetének megalkotásán (amelyet online hírportálokon kívánnak közzétenni). A projektet állítólag egy hazai, nagyon befolyásos inkubátor/civil szervezet finanszírozza, amelynek missziója az átláthatóság, a hitelesség és a függetlenség támogatása és előmozdítása az újságírásban, és amely olyan sajtótermékeket

támogat, amelyek célja a meritokrácia és a kiválóság biztosítása a média területén.

Az egyik csapat a demokratikus média fontosságáról szóló kampányt, míg a másik csapat a média átláthatóságának fontosságáról szóló kampányt kapja. Mindegyik csapat bemutatja a kampányát, és egy, az órára meghívott médiaszakértő személyesen vagy egy digitális platformon keresztül értékeli azt.

HARMADIK MODUL: MÉDIATULAJDONLÁS ELEMZÉSE



A médiatulajdonosok befolyásolhatják a médiatartalmat. Indítékaik lehetnek politikai/ideológiai, személyes/társadalmi vagy kereskedelmi jellegűek, de az eredmény ugyanaz. A médiatulajdonosok azok, akik „diktálhatják” a médiatartalmat, mivel ők határozzák meg egy szerkesztőség működési feltételeit. Mivel ők ellenőrzik a termelési eszközöket, tehát az erőforrások elosztását, a médiatulajdonosok befolyásolják a médiatartalmat. Például, ha az erőforrások szűkösek, az adott médium oknyomozói szándékai veszélybe kerülnek. Ha az újságíróknak nincsenek közlekedési eszközeik, nem tudják elhagyni a szerkesztőséget, hogy tudósítsanak és interjút készítsenek a forrásokkal, és többnyire másodlagos forrásokra támaszkodnak. A médiatulajdonosok tehát hatalmat gyakorolnak. Arra válaszolva, hogy kié a média (tehát ki áll az információ mögött), egyúttal arra is válaszolunk, hogy ki tartja kezében a hatalom gyepőlőjét. Ezért a médiatulajdonosi adatok átláthatósága a demokratikusan működő és elszámoltatható média fontos követelménye. Ha a médiatulajdonosokra vonatkozó információk **nyilvánosan hozzáférhetőek**, a fogyasztók szabadon eldönthetik, hogy az egyes konkrét esetekben fennáll-e az összeférhetlenség veszélye. Az átláthatóság továbbá azt is lehetővé teszi, hogy a politikai és

gazdasági hatalom birtokosai ne tudjanak visszaélni a médiával saját érdekükben.

További fontos kérdések a média átláthatóságával kapcsolatban az átlátható finanszírozásra vonatkoznak. A reklám még mindig fontos bevételi forrása a médiának: ha a média a nagy hirdetőktől függ, akkor ezek nyomást gyakorolhatnak az újságírói munkára. És mi a helyzet az állami finanszírozással? Hogyan támogatják az államok a médiatevékenységet? Van-e helye politikai nyomásgyakorlásnak?

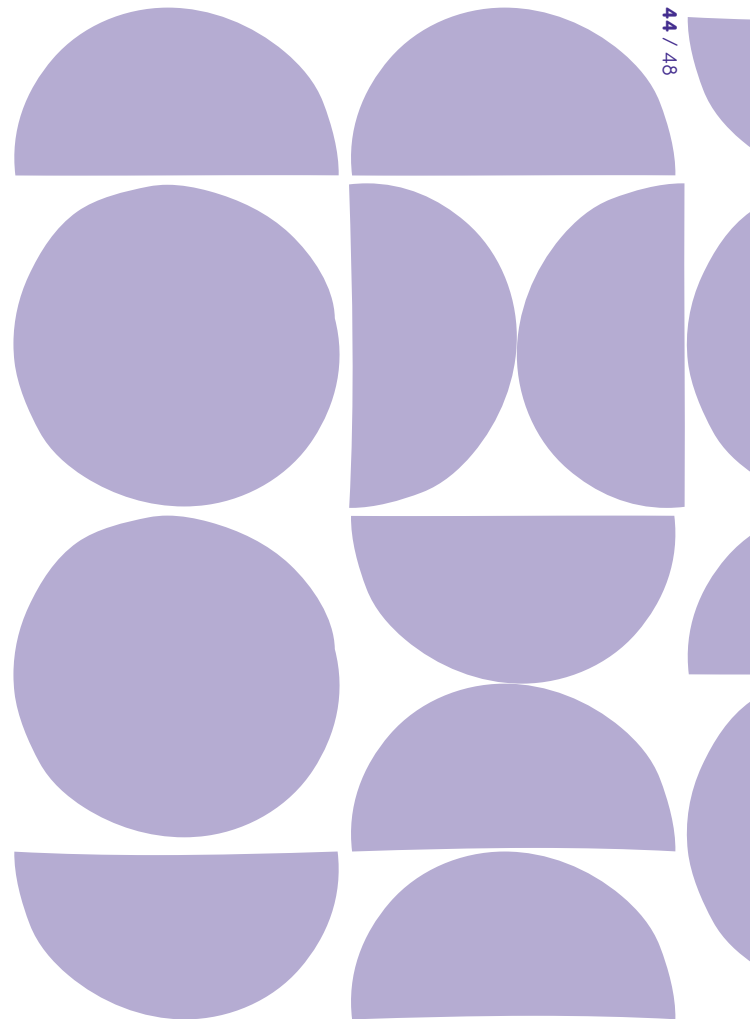
A diákoknak példát kell találniuk egy-egy média-brandre a saját országukból a fent bemutatott tulajdonviszonyok mindegyikére. Ha nincs ilyen, akkor például egy szomszédos, azonos nyelvű országban vagy más országokban kell példát keresniük.

További szükséges anyagok: Az EurOMo mutatók és az EurOMo vizualizációs eszköz egyszerűsített változata rendelkezésre fog állni. A tanár javasolhatja továbbá, hogy a diákok nézzenek olyan audiovizuális tartalmakat, amelyek a médiamonopóliumok hatalmával és a hírgyártás folyamatával foglalkoznak. Ilyenek például: A holnap markában (Tomorrow Never Dies) vagy Híradósok (The Newsroom).

NEGYEDIK MODUL: CSOPORTOS BESZÉLGETÉSEK ALAPÁLLÍTÁSOKRÓL



A diákok nemcsak azt kell megtanulják, hogy **mit** fognak tudni a feladat megoldása után (áttekintik a fő fogalmakat és megkérdőjelezzik azokat saját ötleteikkel), hanem azt is, hogy **miért** kell azt tudniuk. Itt kétféle tevékenységet javasolunk: (a) Magyarázatok és Kérdések, valamint (b) az Állítások Játéka.



ÖTÖDIK MODUL: MÉDIATERMÉK KÉSZÍTÉSE AZ EREDMÉNYEKRŐL



A diákok saját maguk által választott médiaformátumban (video story, plakát, esszé, fotónovella) mutatják be az eredményeket. A tanárok felmérhetik az órákon fejlesztett készségeket.

Szerzők

Auksė Balčytienė, Elsa Costa e Silva,
Leen d'Haenens, Achilleas Karadimitriou,
Mariana Lameiras Sousa,
Ricard Parrilla Guix, Ruth Rodríguez-
Martínez, Aikaterini Stavrianea

Műszaki szerkesztés Buro Knal**Partnerek**

* Az EurOMo (Euromedia Ownership Monitor) egy kísérleti projekt, amelynek célja, hogy reziliensebbé tegye az uniós demokráciákat a polgárok médiaspecifikus készségekkel és kompetenciákkal való felvértezése révén. Ez a célkitűzés összhangban van az Európai Bizottság által 2020 decemberében bemutatott Európai demokráciáról szóló cselekvési tervvel [European Democracy Action Plan]. Az EurOMo nyilvánosan hozzáférhető online adatbázist kínál 15 uniós ország legfontosabb hírmédiájáról, valamint olyan országjelentéseket, amelyek felmérik, hogy mennyire átláthatóak ezek az információk.”

Website: <https://media-ownership.eu>.

