



# A szülők kultúráközvetítő szerepének változásai napjainkban

Tőke Anita SZTE JGYPK Művelődéstudományi Intézet, MA hallgató



## Átstrukturált világunkban:

- változik a felnőttek és a gyerekek **viszonya**,
- változik a generációk közti **hangnem**,
- **új jogok és szükségletek** jelennek meg az ifjúság részéről,
- átrendeződik a generációk közti **hierarchia**,
- egyre élesebb a különbség az egymást követő korosztályok között **információszerzés**, a **kapcsolattartás** és a **szabadidő** eltöltésének formái tekintetében.




A XXI.  
századi  
társadalom  
jellemzői :

- a **szekularizáció**, az **individualizáció**, az **emancipáció**, a **női karrier**, a **szexuális tabuk** felszámolása, a **szexuális jogok** érvényesítése stb.,
- nem létezik egyetlen családmódel,
- családon belüli hagyományosnak nevezhető **szerepek** gyökeresen megváltoztak,
- **alternatív családmodellek** sokasága van jelen



Ebben a sokféle családmódban élő szülők a szocializáció elsőrendű közvetítői, a **kultúraközvetítés elsőszámú szereplői**:

- közvetítik az adott kultúra **értékeit, szokásait, normáit**,
- folyamatosan „fordítanak”.
- **magyarázatot adnak** a gyermeket körülvevő világ jelenségeire, eseményeire, azok látható, illetve nem látható okaira úgy, hogy ő az éppen **adott értelmi színvonalán** megértse.



A gyermek másodlagos szocializációs  
közege az óvoda és az iskola:

- az addig ismerttől eltérő világértelmezésekkel találkozik,
- másfajta hierarchiákat ismer meg,
- elkezdődik a szerepek beválásának megtapasztalása a kortárs csoportokban.

Az idő előrehaladtával:



- a kortárs csoportok szerepe a szabadidős térben egyre erősebbé válik
- a hagyományos szocializációs terek (család, iskola) hatása gyengül



A fiatalok sajátos szimbólumokkal hoznak létre különböző csoportosulásokat.

↓  
**globalizáltak** →

A világ különböző kultúrájú országaiban élő fiatalok jobban hasonlítanak egymásra, mint saját kultúrájuk idősebb tagjaira.

↓  
Környezetük szerves részévé vált a média.

↓  
**közös tényező** ←

↓  
A térben, gazdasági és kulturális viszonyokban egymástól távol élő tinédzserek ugyanazokat a divatmárkákat és stílusokat részesítik előnyben öltözködésükben; ugyanazokkal a játékokkal játszanak, ugyanazokért az előadókért és slágerekért rajonganak; ugyanazokat a sztárokat, színészeket, sportolókat tekintik példaképüknek. (Kósa, 2016)



Az idősebb korosztályoktól való rohamos és néha áthidalhatatlan eltávolodás másik oka az informatika, elektronikai és ezek eszközeinek villámgyors fejlődése.

Marc Prensky (2001) → digitális bevándorlók  
→ digitális bennszülöttek → a fiatal nemzedékeken belül:  
mikrogenerációk az elektronikai eszközök időszeke szerint

A digitális bevándorlóknak a megváltozott kulturális környezethez való alkalmazkodás, idomulás érdekében gyermekeiktől kell tanulniuk.



Tari Annamária:

„Ha valaki jó felnőtt akar maradni, akkor meg kell hallgatnia és hallania a fiatalt, aki szintén rendelkezik már tudással ráadásul olyanal, amelyet az idősebb nem feltétlenül tud megszerezni.”

(Tari, 2010.189. o.)



új és egyre erősödő tekintély



hat a fiatalok társadalmi hierarchiában betöltött szerepére





Megfigyelések szerint az egyén részvételének kezdete a tömegkommunikációs térben **2-6 éves** korra,  
a modern kommunikációs térben **3-8 éves** korra tehető.

A média egyszerre **tükrözi** és **teremti** a valóságot



Mindennapi tapasztalatok: médiumokon keresztül



A felnövekvő nemzedékek tagjai személyes tapasztalat nélkül, közvetett úton szerezhettek ismeretet, vélt tudást a világ tárgyi és szociális jelenségeiről.

Mindezt alacsony szintű szülői mediáció mellett, pedig:

- nem értik a kódolás nyelvét,
- nem rendelkeznek megfelelő tanult előzetes tudással,
- nem tudnak figyelni a fontos részletekre.



## Reklámok

Szűretlenül „ömlenek” a gyerekek felé.

sztereotipizálás

idealizált álomvilág

örök fiatalság

tökéletesség



Negatív hatás az énképre, a nemi identitás fejlődésére.

George Gerbner  
Média rejtett üzenete, 2000.

„Ahelyett, hogy életük első 5-6 évében főleg a szülőktől sajátítanák el ízlésüket és értékeiket, születésüktől kezdve a televízió közvetítette történetek, hírek és reklámok állandó és szimbolikus közegébe kerülnek.”



saját szoba → „saját birodalom”

saját médiahasználati eszközök → saját belátás szerint → saját médiaipari ágazat

speciálisan fiatalok számára szóló filmek

tv-programok

tv-csatornák

rádióadók

videojátékok

írott és elektronikus újságok

internetes oldalak

zenei termékek

Megváltozott **pozíció** a társadalmi hierarchiában:

Önálló választással, döntéssel rendelkező jelentős **fogyasztói réteg**

megfordult generációs szokások ←

Hansúlyos szerep az új technológiák elterjedésében  
Tanítják a felnőtteket



A gyerekek egyre korábban és egyre inkább a horizontális társas kapcsolatok felé fordulnak, a felnőttek és köztük a szülők tekintélye pedig egyre csökken.

Mindeközben a médián keresztül szemlélik a felnőttek világát, annak minden árnyoldalával. Láthatnak hazug, jellemgyenge, korrump, tehetetlen stb. felnőtteket, akár szülői szerepben is. Így a gyerekek azelőtt szembesülnek a felnőtt lét fizikai, lelki és társadalmi csapdáival, még mielőtt megfelelő érettséggel készen állnának azok kezelésére.

(Kiss, 2004)



Neil  
Postman

Míg a korábbi generációk információhoz való hozzáférését a felnőttek szabályozták, mára a felügyelet minimálisra csökkent. A gyerekek és a felnőttek közötti különbségek összemosódnak, a gyerekek sok nekik nem való információhoz hozzájutnak, míg a felnőttek gyerekesek maradnak, ugyanazokat a tv műsorokat, sorozatokat, rajzfilmeket nézik, ugyanazokért a zenékért rajonganak, ugyanazokkal a játékokkal játszanak.



## Szülői szerepek

### Stratégiák:

- Aktívan résztvevő
- Interakció-korlátozó
- Technikai korlátozó
- Figyelő

A startégiák sikere függ az egyéni jellemzőktől nemtől, kortól, szocioökönómiai státusztól.



A szülők, tanárok magabiztosságának csökkenése:



Kósa Éva „**elbizonytalanodó szülő és nevelő**” szindróma

„Ingoványossá vált a talaj, amin állva a szülők és a felnőttek általában (így a tanárok is) meggyőződéssel, hitelesen és kielégítően tudják interpretálni az utódoknak a körülöttünk lévő világot. Azt a világot, melyben a média átjárja a fiatal korosztály mindennapi tapasztalatait, melyben a média játssza a főszerepet az információszerzésben, a szórakozásban, a kapcsolattartásban, és még számos egyéb területen.” (Kósa, 2014. 210.o.)

**Köszönöm a figyelmet!**

