

Barátunk-e a média?

Torz a tükör vagy csak homályos?

Idősek, Covid, Média.

Hajós Katalin

Gerontológiai Napok 2021.

Nemzetközi Tudományos Gerontológiai Konferencia

„MNKSZ” KEREKASZTAL (ONLINE)

**A MAGYAR NŐI KARRIERFEJLESZTÉSI SZÖVETSÉG PROGRAMJAI
AZ ENSZ EGÉSZSÉGES IDŐSÖDÉS ÉVTIZEDE JEGYÉBEN**

**A Debreceni Egyetem Egészségügyi Kar és
a Magyar Női Karrierfejlesztési Szövetség együttműködése keretében**

2021. november 25.

Kérdés vagy állítás

Vajon változott– e az idősekről a média által mutatott kép a pandémia alatt? Hogyan alakult az idősek és a média kapcsolata?

Itthon és szerte a világban számos kutatás készült a témában.

- A kiindulás mindenhol azonos volt: az ageizmus világjelenség és a média az időseket korábbi időszakokban is gyakran sztereotípiák szerint ábrázolta. Egyes megközelítések már az 50 + korosztályt is idősként kezelik, 65 fölött pedig a médiában szinte mindenki kiszolgáltatott, támogatásra szoruló, gyámolítandó és segítséget vár.
- Az idősebbek továbbra is alulreprezentáltak számtalan médiumban, például a televízióban és a nyomtatott sajtó által közvetített hirdetésekben, a TV-műsorokban és a filmekben. Ez az alulreprezentáltság világszerte megfigyelhető, a nyugati, sőt akár az ázsiai környezetben is.

Ami látszik és ami nem

- Az időseket a média a Covid időszakában még inkább egységes „masszaként” jeleníti meg és eltűntek a korábban is csak alkalmanként előforduló különbségek. Kor, szociális helyzet, egészségügyi állapot, életmód, anyagi helyzet stb.
- A Covid kapcsán még inkább eltűntek a megkülönböztető szempontok, szinte mindenki potenciális áldozat, vagy bújtatott megfogalmazással „költség”.



Veszélyes jelenségek

- Felerősödtek a társadalomban korábban is meglévő negatív jelenségek, az ageizmus.
- Megjelentek mondatok az idősek hibáztatásáról: ők tehetnek a lezárásokról, őket védik az intézkedések, miközben a dolgozó korosztály elveszíti a munkáját.
- A gyerekek gyakran jelennek meg a médiában mint potenciális veszélyforrás az idősekre nézve
- A médiában kevesebb olyan cikk jelent meg ami az időseket pozitív szerepben tünteti fel és szakmai tapasztalataikat vagy életük során elért eredményeiket mutatja be, helyette a veszélyeztetettséget hangsúlyozták.
- Alig van szó a mentális egészség fontosságáról, a családi és baráti kapcsolatok szerepéről az egészség megőrzésében. Gyakran esett viszont szó arról, hogy az idősek magányosak lehettek a karantén idején.
- Bár a családi kapcsolatrendszerek felértékelődtek a pandémia idején kevés pozitív példa jelent meg a médiában

Segítő idősök- a jó példa

Felerősödtek a különbségek az idősök között – ezt viszont tükrözi a média is

- Aki korábban is segítségre szorult mindennapi életvitelében az a pandémia miatt még inkább azzá vált – az állami és önkormányzati intézkedések hangsúlyosan megjelentek a médiában is.
- Az idősök egy csoportja új szerepkörbe került, elsősorban a fiatalabb korcsoportba tartozók, akik akár családfenntartókká is váltak, ha a gyerekeik elvesztették a munkájukat. A család egyetlen biztos jövedelme az idősök nyugdíja volt. A média ezt általában „generációs összefogásként”, pozitív példaként jelenítette meg.
- Szintén pozitív szerepben tűntek fel az unokákat az otthoni tanulásban segítő nagyszülők



Változó médiafogyasztási szokások

- Az idősek médiafogyasztási szokásai némileg változtak és klasszikus média fogyasztóból sokan média használóvá váltak.
- A média eddig is a legfontosabb hírforrás volt a számukra, ez azonban felerősödött, mivel a társas kapcsolatok megritkultak.
- A tv nézéssel töltött idő tovább nőtt (eddig is 4 óra fölött volt naponta)
- A Covid talán egyetlen pozitív következménye az idősek digitális felkészültségének fejlődése.
- A digitális eszközökkel (számítógép, okos telefon) való ellátottságuk megközelíti a családi átlagot –végül is ez vált a családon belüli kapcsolattartás fő eszközévé.
- A megfelelő eszközökkel rendelkező csoportok a közösségi médiát már készség szinten használják (a társadalom idősödésével ez mindinkább így lesz, ma már nyugdíjasok azok, akiknek a munkájukhoz korábban elengedhetetlen volt a számítógép használat)



Digitális generáció lettünk

- A 2020 márciusában kitört pandémia gyökeresen átalakította az életünket, hatással volt a fogyasztói és életviteli szokásainkra, s nem utolsósorban jelentősen befolyásolta a reklámpiacot is.
- 2021 első hat hónapjában a televíziókban közzétett új reklámok (3052) 8,3 százaléka (253) reagált közvetve vagy közvetlenül a Covid-19 járványra.
- Az internetező hatvanasok 70 százaléka, míg a hetven évesnél idősebbek 68 százaléka ugyanannyit vagy többet internetezik, mint amennyit tévéznek.
- A pandémia sokakat kényszerített rá, hogy digitális készségeket sajátítsanak el, kommunikációs, vagy szabadidős célból több időt töltsenek az online térben. Az idős magyar lakosság már több mint fele használja valamilyen célból az internetet, ami jelentős fejlődés, bár ezzel még mindig kissé alulmúljuk az európai átlagot.
- Az internethasználatot a lakhely is befolyásolja, nem mindegy, hogy városi, vagy falusi idősekről beszélünk, mert óriási különbségek vannak a társadalomban.

Forrás: MNHH kutatások 2021

Médiakutatási érdekességek

MNHH/Psymba Hungary közvélemény-kutatása 2021 Kecskemét/Pécs

- A helyi média az országos médiához képest nemcsak térben és időben áll közelebb az emberekhez, de a helyi médiát általában is kedvezőbben értékelik, mint az országost.
- A legtöbbet használt média az 50 + korosztálynál az internet és a rádió
- A helyi internetes portálokra való belépést majdnem mindig a tájékozódás igénye váltja ki, a többi médiatípus használatánál a motivációk változatosabbak.
- A pandémiával kapcsolatosan a helyi médiumoknak kiemelt szerepe volt. A helyi televíziót és a helyi sajtót elsődleges információs csatornaként mindkét településen a 65+-os korosztály használja elsősorban.

61. táblázat: **Pécs** – A helyi közügyekről, hírekről elsősorban melyik helyi médiából tájékozódnak a lakosok (az adott médiatípust említők %-os aránya a kérdezettek életkora szerint, N=akik valamilyen helyi médiaeszközt használnak és szoktak tájékozódni*)

Helyi médium	18-34 év	35-49 év	50-64 év	65 év fölött
helyi internetes portál	79	71	56	41
helyi rádió	12	20	19	11
helyi televízió	5	5	9	23
helyi nyomtatott sajtó (napilapok)	2	5	13	23
egyéb válasz	2	0	4	3

Közös felelősség

- Kiemelt szerepe volt és van a médiának a pandémiához kapcsolódó információk közvetítésében. De kiemelt a felelőssége is abban, hogyan közvetíti és interpretálja a „hivatalos adatokat”, hogy milyen képet sugall a járványról, az oltásról és az idősekről.
- Az egymásnak sokszor ellentmondó vagy egymást kiegészítő információk értelmezésében segítséget kell nyújtani minden korosztálynak, de főleg az idősebbeknek.
- Azoknak az idősek akik főként a járvány alatt kezdtek netezni, nem csak a technikai ismeretek elsajátítása jelenthet nehézséget, de nincsenek tisztában az új kommunikációs tér veszélyeivel.
- Ennek a felelősségnek a felismerésére indított kampányt az MNHH



Netre fel!- az MNHH kampánya időseknek

- Az idősek digitális készségeit fejlesztő kampányt indított az NMHH
- A Netre fel! központi része egy weboldal, amely a senior nethasználóknak is érthető és könnyen áttekinthető tudástárként működik. A kezdeményezés elsődleges célja, hogy felvértezze a digitális téren leginkább lemaradó célcsoportokat a megfelelő információkkal és tudással ahhoz, hogy magabiztosan mozogjanak a digitális világban. Erre különösen nagy szükség van az olyan időkben, amikor a kényszerű izoláltság miatt az internet az egyik legfontosabb ablak a külvilágra, segítség az egyedüllét és az elmagányosodás ellen.
- A digitális vívmányok annyira beépültek a mindennapi életünkbe, hogy a járvány elmúltával is velünk maradnak.



Ajánlások - Az NMHH 5 pontja az idősek online biztonsága érdekében:

- **Vírusvédelem:** gondoskodjunk róla, hogy a nagyszüleink telefonján, tabletjén és számítógépén legyen aktív vírusvédelem, és folyamatosan frissüljön az eszközök operációs rendszere. Ugyanígy rendszeresen aktualizáljuk az általuk használt programokat és alkalmazásokat is, vagy figyelmeztessük őket erre.
- **Adatvédelem:** segítsük őket személyes adataik védelmében attól kezdve, hogy kellő erősségű jelszavakat használjanak, azon keresztül, hogy ezeket hogyan tárolják megfelelően, egészen addig, hogy ne osszák meg őket senkivel, még hivatalosnak tűnő kérések esetén sem.
- **Kötelező elővigyázatosság:** tanítsuk meg őket körültekintően bánni az elektronikus levélben érkező linkekkel, gyanús weboldakkal és csalárd szándékú posztokkal. Sajátíttassuk el velük a "ha gyanús, kerülendő" elvet, valamint mutassuk meg nekik, hogy hogyan tudnak leiratkozni ezekről.
- **Netes önvédelem:** Adjunk iránymutatást, hogyan őrizhetik meg digitális személyazonosságukat, hogy véletlenül se hozzanak nyilvánosságra olyan információkat magukról, amelyek későbbi visszaélések kiindulópontjai lehetnek.
- **Digitális komfortzóna:** Segítsük őket olyan digitális környezet kialakításában okostelefonjukon vagy laptopjukon, amelyben könnyen és biztonságosan intézhetik banki vagy hivatalos ügyeiket és az online vásárlásokat.

Mit mutasson a médiatükör: az idősek felelőssége is

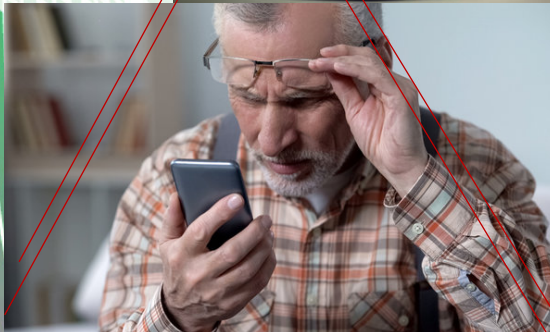
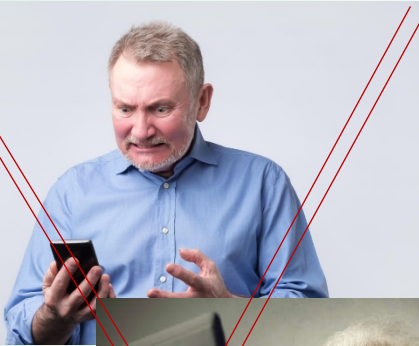


shutterstock.com · 730225723

- A Covid megmutatta, hogy az idősek számára sincs más lehetőség, mint barátságba kerülni a technikai eszközökkel és a média számára is olyan képet sugallni, ami megtöri a kiszolgáltatottság, elesettség látszatát.
- Ehhez nekünk is nyitottságot, érdeklődést kell mutatni és nincs az az idős kor, amikor ne lehetne elsajátítani alapkészségeket.
- A közösségi média szerepe egyre fontosabb az idősekről kialakuló kép alakításában. Ez ugyanis az egyetlen lehetőség, ahol mi magunk dönthetjük el, mit mutatunk meg az életünkből, aktivitásunkból, kapcsolatainkból. Milyennek láttatjuk magunkat. Ha megtanuljuk jól használni a közösségi médiát, mi formálhatjuk, egyénileg és csoportszinten is azt, amit a társadalom az idősekről gondol. Véleményformáló szerepbe kerülhetünk, beleszólást nyerhetünk fontos társadalmi kérdések megvitatásába, befolyásolhatjuk a döntéseket.
- Végül egy érdekes példa:

Kép-tár

A brit Aging better civil szervezet olyan, a média számára szabadon felhasználható képgyűjteményt hozott létre, ahol az időseket csupa pozitív helyzetben mutatják:



Kapcsolat:

Hajós Katalin

Média szakértő

„Időügyi referens”

a Családbarát Ország Nonprofit Közhasznú Kft. felnőttképzési
szakmai programja keretében

Magyar Női Karrierfejlesztési Szövetség

Elnökségi tag

H-1118 Budapest, Ugron Gábor u. 28.

Telefon: +36 1 319 5245, Mobil: +36 20 9215319

E-mail: awcdh@t-online.hu

<http://www.noikarrier.hu>