

## PROJEKTMUNKA ELEMZÉSE

A projektmunka kiírását követően több ötletünk is támadt, viszont végül arra jutottunk, hogy a leghitelesebb eredményt úgy kapjuk, ha a diákságot kérdezzük meg, hogy ők hogyan vélekednek ezekről a minket fenyegető faktorokról. Az erre a célra összeállított kérdőívünkben két fő kérdést tettünk fel. Az egyikben mindenki eldönthette, hogy szerinte melyik a legrelevánsabb rizikófaktor, a másodikban pedig a személyes szokásairól nyilatkozhatott. Végül a két kérdés között fellépő ellentmondás miatt választottuk a digitális túlfogyasztást, ugyanis az első kérdésben ezt csupán a diákok 49%-a (155 kitöltőből) tartotta az egyik legfontosabb témának, ugyanakkor a diákok majdnem háromnegyede jelölte meg, hogy több, mint napi három órát használja digitális eszközeit. Ez a nem várt eredmény arra engedett következtetni minket, hogy a képernyőfüggőség a mai társadalomban szinte teljes mértékben elfogadottá vált. Ez főképpen azért veszélyes, mert rengeteg olyan káros hatással bír, amelyekkel az emberek nagy része sajnos nincs tisztában. Éppen ezért lett kampányunk fő célja az edukáció és a tájékoztatás ezen függőség káros hatásairól, annak tüneteiről, valamint a leszokást segítő módszerekről.

A konkrét témakör kijelölése után fontosnak tartottuk, hogy felmérjük gimnáziumunk diákjainak internetes szokásait, hogy megértsük, mennyire rossz a helyzet képernyőfüggőség terén. Kérdőívünkben rákérdeztünk többek között arra, hogy mennyit és milyen alkalmakkor használják leggyakrabban eszközeiket. A 269 kitöltő között van öregdiák, tanár, de még a könyvtáros véleményét is kikértük. Az eredmények számunkra is váratlanok voltak: 45,4%-uk több, mint öt órán keresztül használja digitális eszközeit napi rendszerességgel. Ennek 18,6%-a csupán a telefonján tölt el ennyi időt. Szintén érdekes, hogy milyen helyzetekben képesek az emberek a készülékeiket használni. Legtöbben (71,4%) várakozás ideje alatt, 36,1% a mellékhelyiségben, 7,1% pedig még fürdés közben is mobiljának képernyőjét nézi. Remény azért mindig van a leszokásra, melynek első lépése a függőség felismerése. A kitöltők 63,9%-a már eljutott odáig, hogy változtatni szeretne digitális szokásain, 30,5% pedig szégyelli fogyasztási habitusát.

Elsőre talán "in medias res"-nek tűnhet, hogy pont a sok emberes kvízzel kezdtünk, azonban ezzel fő célunk a diákok manipulálhatóságának és ismereteinek vizsgálata volt, hogy ennek, valamint a kérdőív eredményeinek függvényében később meg tudtuk tervezni a további programokat. Az iskolánkban igen nagy hagyománya van az ún. "fele sem igaz" játéknak, így arra gondoltunk, hogy ezt a tanulók is jobban élveznék és izgalmasabbnak találnák, mintha csak egy tradicionális kahoot kvízzel állnánk eléjük. A lényege, hogy a játékosok hallanak három állítást, amiből csupán egy igaz, és ezt kell kiválasztaniuk. Fontos kiemelni, hogy a különbség gyakran csak a részletekben rejlik, így a felismerés komoly feladat. Ezt követően 60 másodperc áll rendelkezésre, hogy mérlegeljenek és megjelöljék az adott embert, akitől szerintük a helyes állítás jött. Az eredmények egyes kérdéseknél kevésbé, másoknál pedig jobban megoszlottak. Minden esetben némi magyarázatot is adtunk, így a diákok jártasságának felmérése mellett, egyből tájékoztatást is tudtunk nyújtani. A játék második részében megfordítottuk az arányt, egy hamis és két igaz kijelentést felolvasva, ezzel is nevelve őket a fals információk kiszűrésére. Mindez alkalmanként kb. 40-45 percet vett igénybe az indoklásokkal és a gondolkodási idővel együtt. Összesen 4 osztályban játszottuk le, így kb. 80-an vettek részt rajta.

Ahogy azt imént is írtuk, a tömegre napjainkban a legkönnyebben a média felületeken lehet hatni, így kampányunkban is felhasználtuk ezt az egyébként igen lelombozó jelenséget. A csapat egyhangú véleménye szerint az ismeretterjesztő videónk elkészítése volt a legélvezetesebb feladat. Több szempontból is össze kellett dolgoznunk, mivel forgatókönyvet írtunk, jeleneteket terveztünk és a hangot is fel kellett vennünk külön. A 6 perces kisfilm Instagram oldalunkon 1082 megtekintést kapott és YouTube-ra is feltöltöttük, ahol további 424 embert értünk el (ez összesen 1506). Több tanárunktól és diáktársunktól is pozitív visszajelzéseket kaptunk, például az egyik tanárunk a videó hatására megkért minket, hogy segítsünk neki kikapcsolni az értesítéseit telefonján, az osztályfőnökünk pedig elmesélte nekünk, hogy éppen reggeli közben nyitotta meg, és miután érezte, hogy milyen ellentmondó a reggeli közbeni "telőzése" kikapcsolta és csak délután nézte tovább. Az utolsó kérdőívünkből azt is megtudhattuk, hogy ez tetszett a legjobban a közönségnek: *"Sok érdekes információt tudtam meg a programok során és kifejezetten tetszett a kisfilm. Ennek hatására megpróbálok mostantól jobban odafigyelni a képernyő előtt töltött időmre"*. Felemelő érzés volt megtapasztalni, hogy fel tudtuk számolni emberek káros szokásait, ezzel is segítve az egészségesebb életmód kialakítását.

A biztató eredmények ösztönöztek minket arra, hogy egy olyan rétegre is kiterjesszük a kampányt, ami mégjobban érintett ebben a jelenségben, mint a miénk. Tovább motivált minket az is, hogy az általános iskolások bevonása egy izgalmas kihívásnak ígérkezett. Mivel a csapatunk egyik tagja az Erzsébetvárosi Magyar-Angol Két Tanítási Nyelvű Általános Iskola és Művészeti Szakgimnázium öregdiákja, így végül erre az intézményre esett a választásunk. A nap folyamán 3 db 45 perces előadást tartottunk, három osztálynak, így kb. 3x25, azaz 75 ember vett rajta részt. Az előadást igyekeztünk minél interaktívabbá tenni, hogy ezzel is fenntartsuk a figyelmet. Kellemesen csalódtunk a 6.-7.-es korosztályban, mivel nagyon érdeklődők voltak és szívesen vettek részt feladatainkban. Az elején megkértünk mindenkit, hogy a terem két vége között egy skálán álljanak fel aszerint, hogy az általunk felolvasott állítások, mennyire igazak rájuk, ezt követően a prezentációban a szakmai anyag mellett pedig megemlégtünk felméréseink eredményeit is, mindemellett a jelenlévők egyéni szokásairól is érdeklődtünk. A program végén az ismeretterjesztő videónkat is levetítettük, hogy jobban megmaradjon a tudásanyag. Ezután a lelkesebbek a véleményüket is kinyilvánították. Az egyik tanár még el is kérte a PPT-t további alkalmakra, hogy minél több emberhez eljuthasson az információ.

Mikor élményekkel gazdagodva visszatértünk az iskolába, tudtuk, hogy gimnáziumunkban is fenn kell tartani a diákság érdeklődését. Ezért készítettünk két A3-as méretű plakátot, amelyek közül az egyik bemutatta a túlzott képernyőzés egészségkárosító hatásait, a másik pedig a függőség leküzdéséhez adott segítséget és hasznos tanácsokat. Ezeket kinyomtattuk, majd az iskolánk olyan termei elé helyeztük ki, amelyekbe csak becsöngő után lehet bemenni, mivel várakozás közben könnyebben megakad a posztereken a diákok szeme, és nagyobb eséllyel elolvassák őket.

Mivel a kampányunk célközönsége elsődlegesen a fiatalabb korosztály volt, ezért igyekeztünk minél érdekesebb, kreatívabb és játékosabb módokat kitalálni a prevencióra és a tudnivalók közlésére. Ennek egyik eszköze volt az általunk tervezett, Monopoly mintára készült társas, a "Phone-no-poly". A játékot nemcsak egyes osztályokba vittük be, hanem a könyvtárunkban meghirdettünk egy társasjáték délutánt is, amely a tapasztaltak alapján olyan nagy érdeklődést keltett az iskolában, hogy még a takarítónő és az igazgatóhelyettes is benézett. A külön programon összesen 28-an jelentek meg, emellett a félcsoporthoz további 21 diák próbálta ki a társasunkat, így összesen 49 vállalkozó szellemű csapat össze egymással. Egy menet kb. 30-45 percig tartott, ezalatt pedig a résztvevők játékos módon tanulhattak a digitális túlfogyasztás káros hatásairól. Emellett azzal próbáltuk éreztetni a probléma súlyát, hogy a fizetőeszköz nem a pénz, hanem maga az idő volt. Kérdés kártyákat is készítettünk, melyekben a központi témánkhoz kapcsolódó fontos információkon kívül számos meglepő tény is elrejtettünk. A társasunk megrajzolásában Seres Bálint nyújtott segítséget.

Természetesen bizonyos elveket az egész kampányunk alatt észben tartottunk. A személyi jogokra ügyelve minden esetben megkérdeztük a résztvevőket, hogy készíthetünk-e képeket róluk, illetve a kiküldött kérdőíveink végén is hozzá kellett járulniuk válaszaik felhasználásához. Minden esetben kiemeltük, hogy anonim módon gyűjtjük az adatokat, ezzel is biztatva őket a gondolataik szabad megosztására. Ezeket a formanyomtatványokat saját közösségi média oldalunkon, iskolánk weboldalán és poszterek segítségével is reklámoztuk. Fontos leszögezni, hogy a forduló egésze alatt végig megbízható és hiteles forrásokból dolgoztunk, hiszen így tudtuk biztosítani a programok megfelelő színvonalát. Az igazat megvallva a kutatómunka során mi magunk is talákoztunk olyan tényekkel, amin meglepődtünk, így ez nem csak a közönségünk számára, hanem nekünk is igen hasznosnak bizonyult.

Az utolsó formsunkban, amely a kampányunk hatását mérte fel örömmel tapasztaltuk, hogy a kitöltők 80,7%-a fel fogja használni tanácsainkat, 76,6% ezentúl jobban oda fog figyelni a képernyőidejére és 73,5%-uk tudatosabb fogyasztóvá válik ezek után.

Végül a kampányunk nagyjából két hétig tartott a február 15-én közzétett kérdőívtől egészen a 27-ei társasjáték délutánig. Mindezek után úgy érezzük, hogy a versenynek egy olyan szakaszán vagyunk túl, ami hihetetlen mértékű összetartást és csapatmunkát követelt meg, annak érdekében, hogy valóban minőségi munkát adhassunk ki a kezünk közül. Igen sokrétű feladatokat kellett megoldanunk, amihez nemcsak egymás között, hanem a célközönséggel is fejlett kommunikációra, rendszerezettségre és egy pontos tervre volt szükség. Ez kiváló próbatételnek bizonyult, azonban úgy gondoljuk, hogy az előző fordulók során történő tapasztalatszerzés és a tennivalók felosztása is hozzájárult a hatékony közös munkához. Mindeközben a kutatómunka minket is ráébresztett saját káros szokásainkra, melyeken mi is igyekeztünk változtatni, valamint nagyban hozzájárult szellemi fejlődésünkhöz is.