



1. MODUL

AZ ÖNISMERET FEJLESZTÉSE: A KÖZÖSSÉGIMÉDIA- HIPERFÜGGŐSÉG ÉS HATÁSAINAK MEGÉRTÉSE



erasmediah.eu

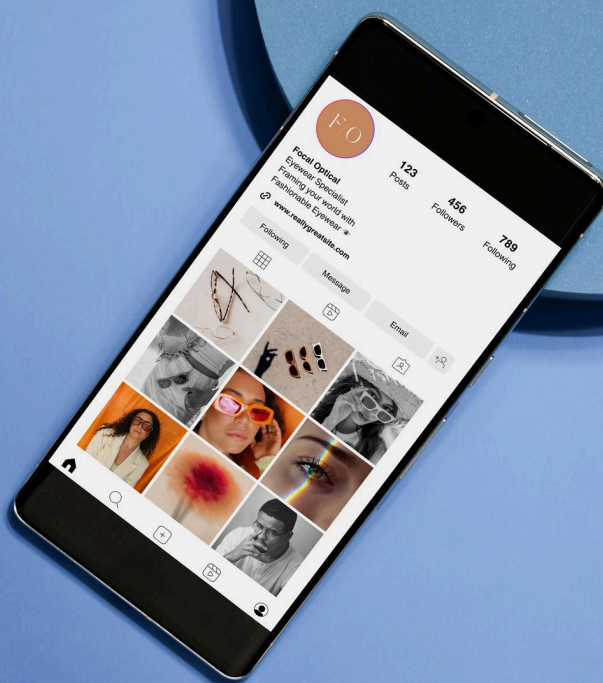


**Co-funded by
the European Union**



1.1 tananyag

Mi a közösségimédia- hiperfüggőség?



ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



**Co-funded by
the European Union**

1.1 tananyag

MI A KÖZÖSSÉGIMÉDIA-HIPERFÜGGŐSÉG?

Célok:

A tanulóknak meg kell érteniük:

- a közösségi média szokásos, túlzott és problémás használatának összetett jelenségeit.
- hogyan hat a dopamin az agyra, és hogyan használják ki ezt a közösségimédia-platformok,

A tanulóknak el kell gondolkodniuk saját közösségi média használatukon a dopamin vezérelt visszacsatolási hurok hatása kapcsán.

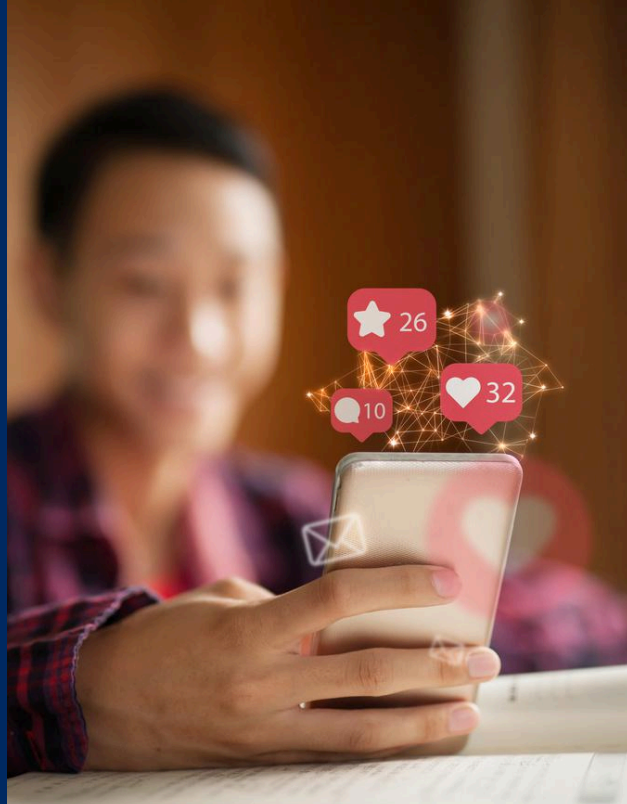
Fő üzenet(ek):

- A közösségi média fiatalokra gyakorolt erős hatásának oka a dopamin okozta azonnali örömeérzet.
- A közösségi média platformok kihasználják az agy jutalmazó rendszereit azáltal, hogy beindítják a dopamin felszabadulását, és olyan visszacsatolási hurkot hoznak létre, amely megerősíti a kényszeres használatot, viselkedésmintákat.
- Ennek a rendszernek a megértése az első lépés a közösségi média használatának csökkentésére és a függőség megelőzésére.



TANANYAG TÍPUSA





Áttekintés

A tananyag témája a „közösségimédia-hiperfüggőség” fogalma. Hiperkonnektív, összekapcsolt világunkban nehéz mérsékelni a közösségi média használatát. Ahhoz, hogy megértsük a túlzott használat okait, megvizsgáljuk, hogy a közösségi média hogyan „jutalmaz” a dopamin növelésének előidézése érdekében. Különbséget teszünk a szokásos, a túlzott és problémás használat, valamint a függőség között.

A workshop 4 lépésből áll:

1: Bevezetés – (10 perc)

2: A közösségimédia-platformok működési funkcióinak megértése (10 perc)

3: Csoportmunka: A dopamin-visszacsatolási hurok(15 perc)

4: A csoportmunka bemutatása és megbeszélése (10 perc)



1. lépés **Bevezetés**

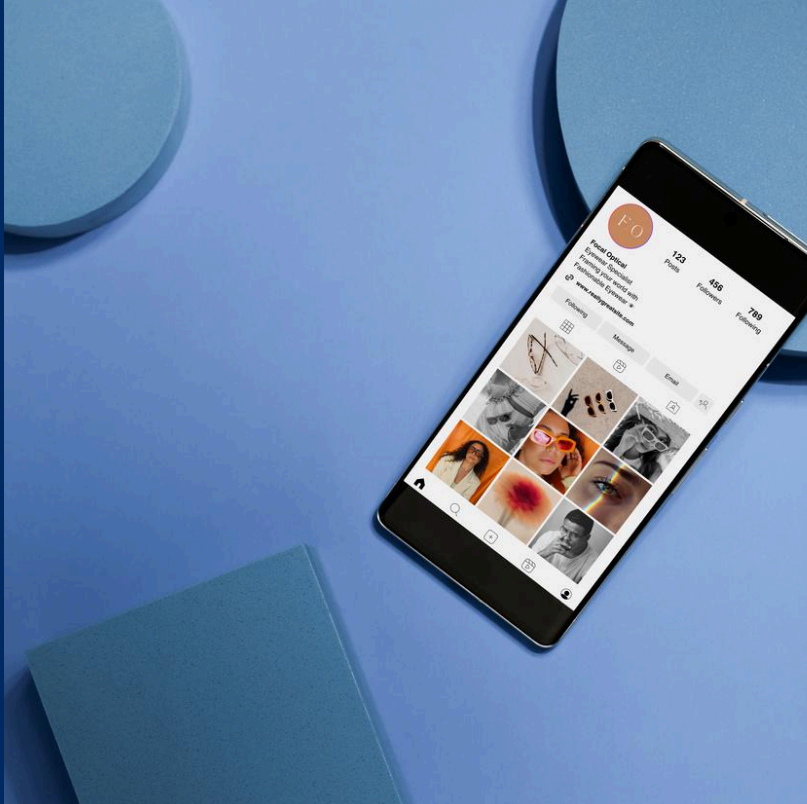
A közösségi média olyan téma, amelyről mindenki sokat tud. Kezdjük egy interaktív prezentációval, hogy összegyűjtsük tudásunkat, ízlésünket és véleményünket a közösségi médiáról.

Használd a mobiltelefonodat! Keresd föl a <https://menti.com> oldalt, és használd a képernyőn látható kódot!

Link a [prezentációhoz](#) (az oktatónak a Mentimeter fiókjához kell kapcsolnia).

Reflexió: Nézzük meg a válaszokat!

- (1. kérdéshez) Látsz-e olyan platformokat, amelyeket nem ismertél vagy használtál?
- (2. kérdéshez) Erre az eredményre számítottál?
- (3. kérdéshez) Milyen közös elemeket látunk?
- (4. kérdéshez) Mit jelent „függőnek” lenni?



1. lépés **Bevezetés**

Tudtad, hogy a közösségi média használata kockázatokkal és lehetőségekkel is jár a serdülők mentális egészségére nézve?

Nagy ellentmondás például, hogy egyszerre okozhatja a kapcsolatok javulását és megromlását: Bár valószínűleg könnyebben tartod fenn másokkal a kapcsolatot online, az ilyen típusú interakciók gyakran felületesek lehetnek, ami elszigetelődéshez vezethet.

Nehéz eldönteni, hogy valaki „függő-e” a közösségi médiától vagy sem, mert „hivatalosan” (a Mentális Egészségzavarok Diagnosztikai Kézikönyvében) nincs olyan fogalom, hogy „közösségimédia-függőség”. A közösségi média használata lehet normális, túlzott vagy problémás; a mentális egészséggel kapcsolatos problémákat is okozhat, és hasonlít más viselkedési függőségekhez. Később erre a témára is visszatérünk.



Step 2

A közösségimédia-platformok működési funkciói

MILYEN ONLINE TEVÉKENYSÉGEK VÉGZÉSE OKOZ AZONNALI ÖRÖMÉRZETET?

- Egy személy, influencer, vagy márka bekövetése, ismerősnek jelölése
- Csatlakozás csoportokhoz / közösségekhez
- Tartalomfogyasztás és -megosztás: közzététel / live / Story/ Reel
- Személyre szabott interakciók: Like, Comment, Share
- Privát üzenetek küldése/fogadása
- Valakinek a megcímkézése/említése
- Tartalomfogyasztás: személyre szabott hírfolyam / Keresési lehetőségek / Ajánlott tartalom (ForYou)
- Profilok, avatarok, tartalom készítése
- Megosztás, minél szélesebb körben terjedő / virális tartalom megosztása
- Elérési statisztikák, ranglisták nézegetése
- Játékosított elemek (TikTok trendek, Snapchat streak)
- Reklámok
- Online vásárlás
- Értesítések fogadása
- Hely alapú szolgáltatások használata



2. lépés

A közösségimédia-platformok működési funkciói

A közösségimédia-funkciók (affordanciák) kategóriái

Definíció: A felhasználók által a közösségimédia-platformokon végrehajtható *lehetséges műveletek*, amelyeket ezeknek a platformoknak a kialakítása és jellemzői határoznak meg.

- 1. Felhasználói interakció:** Ez magában foglalja a frissítések közzétételét, a megjegyzéseket, a tetszésnyilvánítást és a bejegyzések megosztását, amelyeket a platform kialakítása tesz lehetővé.
- 2. Tartalomkészítés:** A felhasználók nem csak a tartalom fogyasztói; generálnak is. Ez a felhasználó által generált tartalom (UGC) a közösségi média alapvető jellemzője, amely lehetővé teszi az egyének számára, az önkifejezést, és hogy sokféle módon léphessenek kapcsolatba másokkal.
- 3. Valós idejű kommunikáció:** A közösségi média azonnali interakciót és visszajelzést tesz lehetővé, támogatva a beszélgetés valós időben történő kibontakozását.
- 4. Közösségépítés:** A közösségi média lehetőségei elősegítik a közös érdekeken vagy célokon alapuló közösségek kialakítását, lehetővé téve a felhasználók számára, hogy hasonló gondolkodású egyénekkel lépjenek kapcsolatba a világ minden tájáról.



2. lépés

A közösségimédia-platformok működési funkciói

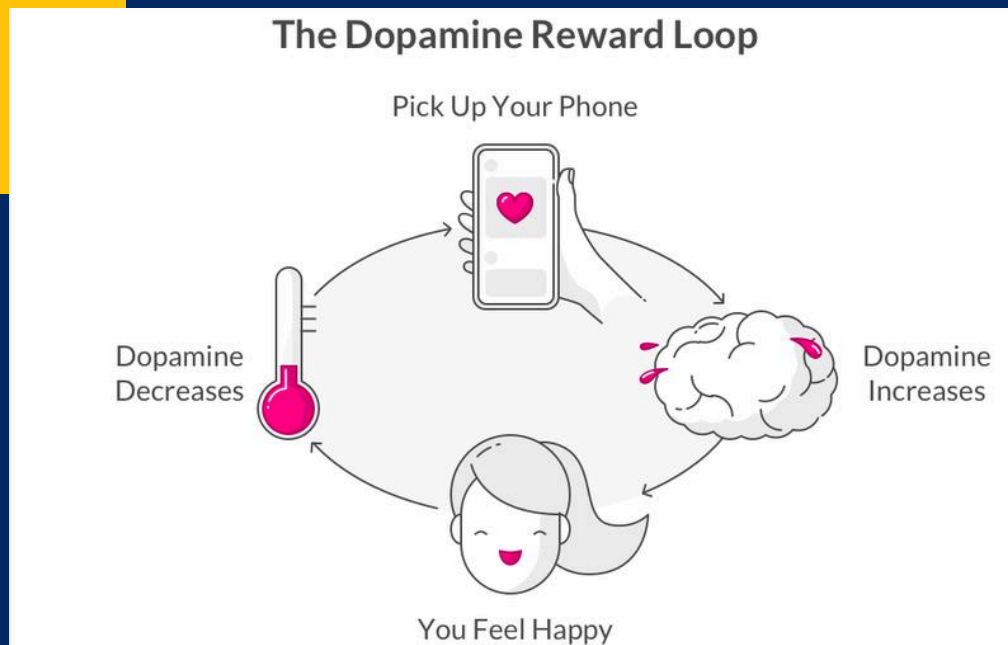
Tevékenység:

A résztvevők párban dolgoznak.

1. Átnézik a közösségi médiában elérhető funkciók kkinyomtatott listáját (8.o.), és megjelölik, hogy számukra mely szolgáltatások nyújtják az azonnali jutalom, örömrzet élményét!
2. Megpróbálnak példákat találni rá az általuk használt platformokon.

Reflexió / megbeszélés (a megoldások ismertetése után):

- Hogyan érzik magukat a résztvevők közösségimédia-használat után?
- Melyek azok a valós életben végzett tevékenységek, amelyek hasonló jutalomérzetet nyújthatnak?



3. lépés

Csoportmunka: A dopamin-visszacsatolási hurok

A dopamin-visszacsatolási hurok hatás megértése

Miért olyan nehéz elszakadni a közösségi médiától? Ez a fogalom rávilágít, hogyan működik agyunk a közösségi média használata közben. A dopaminhurok egy olyan ciklus, amely akkor megy végbe az agyunkban, amikor olyan tevékenységeket végzünk, amelyek örömet okoznak számunkra, például a közösségi média használata.

A ciklus felépítése:

Trigger: Amikor értesítést kapsz (például egy "tetszik"-t a bejegyzésedre vagy egy új követőt), az agyad jutalmazó eseményként ismeri fel.

Dopamin felszabadulása: Ez a felismerés beindítja a dopamin felszabadulását, amely az örömhöz és jutalomhoz kapcsolódó neurotranszmitter. Jó érzéssel tölt el, és arra ösztönöz, hogy újra keresd ezt az érzést. Minél többet foglalkozik a közösségi médiával (értesítések ellenőrzése, hírfolyamok görgetése), annál több dopamin szabadul fel.

Visszatérés: Ez erős vágyat ébreszt, hogy továbbra is visszatérjen még többért, megerősítve a viselkedést.

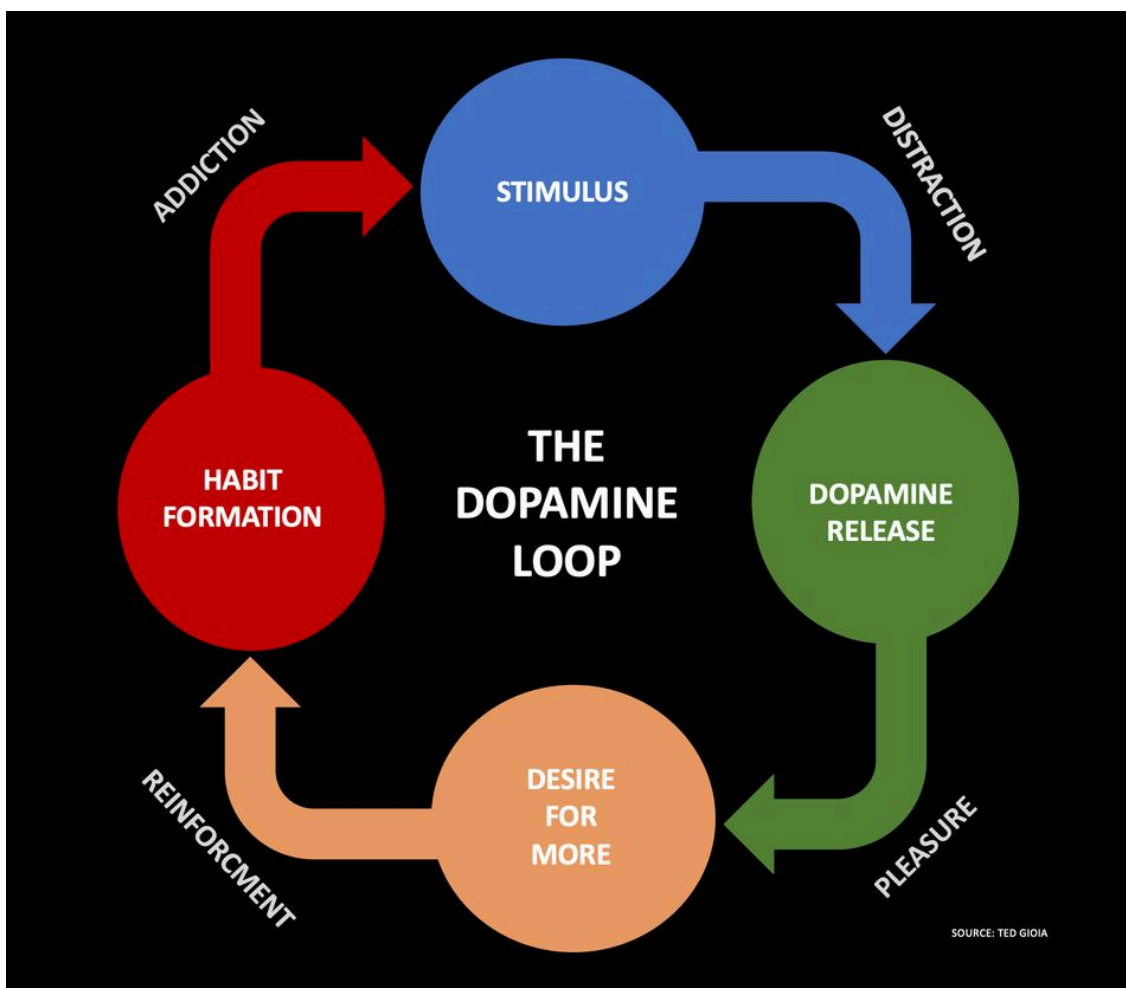


3. lépés

Csoportmunka: A dopaminhurok-hatás

A függőség ciklusa: Idővel, miközben továbbra is keresi ezeket a dopamin löketeket, az agyad hozzászokhat a magas dopaminszinthez. Amikor nem használod a közösségi médiát, unatkozhatasz, szoronghatsz vagy akár depressziós is lehetsz, ami arra késztet, hogy újra és újra visszatérj a közösségi médiába, hogy megtaláld ezt a kellemes érzést.

Dopaminhiányos állapot: Végül, ha a ciklus folytatódik, az agyad olyan állapotba kerülhet, amikor nehezen talál örömet a mindennapi tevékenységekben, mivel csak a közösségi média által biztosított gyors és erőteljes élményeket értékeli.



3. lépés

Csoportmunka: A dopmainhurok-hatás (15 perc)

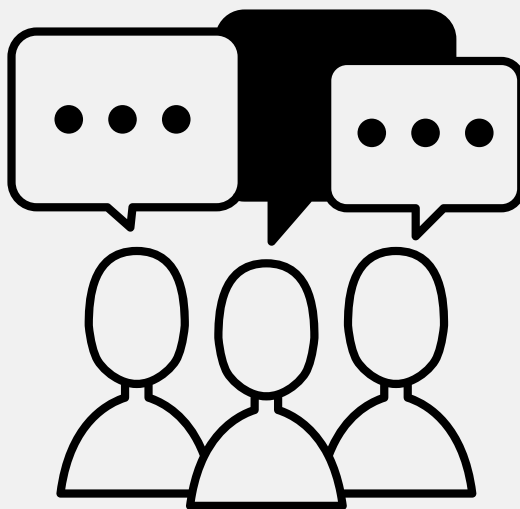
Továbbra is csoportmunkában fogtok dolgozni.

Először a dopaminhurok-hatást fogom elmagyarázni. (Magyarázat az előző oldalon.)

Feladat:

Készítsetek egy infografikát vagy illusztrációt, amely bemutatja a dopamin-hurkot, az egyik korábban vizsgált konkrét működési funkció alapján! A ciklusnak például a következő lépéseket kell tartalmaznia: (1) Használja a közösségi médiát. (2) Hajtson végre egy műveletet. (3) Várja meg a reakciót. (4) Jutalom. Illusztráljátok az ábrát, hogy minél figyelemfelkeltőbb legyen!

15 perccel van a teljes feladat elvégzésére. Ezután minden csoport bemutatja munkáját.



4. lépés

Bemutató és a csoportmunka megbeszélése (10 perc)

A következő lépésben a csoportok egyenként mutatják be munkáikat. A bemutató után a következő kérdéseket tegye fel minden csoportnak:

- Melyik ponton szakítható meg ez a folyamat? Hogyan?
- Mikor válhat problémássá ez a hurokban való részvétel?
- Hogyan válhat szokásossá, túlzottá vagy problémássá a platform ezen konkrét használati módja?

Zárásként gondoljuk át, miről beszéltünk ma.

- Milyen gyakran érzitek úgy, hogy beleestek a “dopamin-körbe”?
- Milyen gyakran érzitek úgy, hogy nem tudjátok befejezni a görgetést, vagy szeretnétek minél hamarabb visszatérni?
- Hogyan kerülhetők el ezek a helyzetek?
- Hogyan akadályozhatjuk meg? Mondjatok példákat!



A tananyag fő tanulságai:

- **Gondold át** a közösségi média használatát, hogy megtudja a kiváltó okokat!
- **A közösségi média használata önmagában nem ártalmas**, de könnyen beleeshetünk a **túlzott médiahasználatba** a közösségi média kínálta élmények, funkciók hatására.
- **Leválás a közösségi médiáról:**
 - képernyőmentes időszakok, helyek vagy tevékenységek keresése
 - olyan offline tevékenységek megtalálása, amelyek a dopaminszintet is emelik.



Útmutató az oktatók, trénerek számára

Objective:

Students should understand how dopamine affects their brain and how social media platforms exploit this, and think about becoming more mindful of their own social media use.

Materials Needed:

- Laptop, projector, screen
- Mobile phones / tablets for the students
- Instructor's registration to Mentimeter.com
- "Social media affordances" template printed (1 per each group)
- A3 or flipchart papers
- Flipchart pens in 3-4 colors, one pack for each group





Útmutató az oktatók, trénerek számára

Célkitűzés:

A tanulóknak meg kell érteniük, hogy a dopamin hogyan hat az agyukra, és hogyan használják ki ezt a közösségi média platformok, és el kell gondolkodniuk azon, hogy jobban odafigyeljenek saját közösségi médiahasználatukra.

Szükséges anyagok, eszközök:

- Laptop, projektor, képernyő
- Mobiltelefonok/táblagépek a diákoknak
- Oktatói regisztráció a Mentimeter.com oldalon
- “A közösségimédia-platformok működési funkciói” feladatlap nyomtatva (8.o., csoportonként 1)
- A3-as vagy flipchart papírok
- Flipchart tollak 3-4 színben, csoportonként egy csomag





1. lépés: BEVEZETÉS (10 perc)

A résztvevők köszöntése után ismertesse a workshop célját, és röviden mutassa be a témát. Ahhoz, hogy a résztvevők megértsék a témát, reflektálniuk kell saját közösségi médiahasználatukra, hiszen az egész workshop-sorozat célja saját médiahasználatuk fejlesztése.

Ez a legelső feladat egy interaktív prezentációval támogatott beszélgetésindító. Amíg az oktató egymás után mutatja a diákat, a résztvevők névtelenül válaszolhatnak a kérdésekre.

Az oktatónak reflektálnia kell a válaszokra, és kérdéseket kell feltennie a résztvevőknek, hogy segítsen nekik reflektálni saját – és az egész csoport – közösségi média használatára.

Mentimeter használata: Az oktatónak létre kell hoznia saját profilját a <https://mentimeter.com> oldalon, majd meg kell nyitnia a hivatkozást, és csatlakoztatnia kell a prezentációt az új fiókhoz. A workshopon az oktató megnyitja és megmutatja a prezentációt, a résztvevők megnyithatják a <https://menti.com> oldalt és beilleszthetik a képernyőn megjelenő kódot.





2. lépés: A közösségimédia-platformok működési funkcióinak megértése (10 perc)

Munka a tájékoztatóval:

Az oktató minden csoportnak ad egy feladatlapot, és időt hagy a gondolkodásra.

Az oktató körbejár, és segíti a csoportok beszélgetését.

A feladat célja, hogy segítsen a résztvevőknek megtudni, milyen tevékenységeket végeznek online, és reflektálni az általuk feltárt mintákra. Ezenkívül ez a gyakorlat előkészíti a következő feladatot.

Az oktató röviden elmagyarázza a dopaminhurok hatást a 10. vagy 11. oldalon található kép segítségével.

Csoportos megbeszélés: Melyek azok a közösségi média előnyei, amelyek az azonnali jutalom érzését okozzák?

Lehetséges válaszok:

- értesítéseket kapni
- kedvelt vagy megosztott, feljebb kerül a rangsorban
- személyre szabott tartalmak megtekintése
- gamifikált elemek
- online vásárlás

Ebben a feladatban nincs jó vagy rossz válasz; indokolják és beszéljék meg az összes választ.





3. lépés: Csoportmunka: A dopamin-visszacsatolási hurok (15 perc)

A csoportok a dopaminhurok hatásról szóló posztet (infografika vagy illusztráció) készítenek.

- Adja oda a szükséges eszközöket (papír, toll) a csoportoknak, és gondolják végig, mit rajzoljanak. Ha szükséges, inspirációként megmutathatja nekik a 10. vagy a 11. oldalon található képet.
- Fontos, hogy egy csoport egyetlen működési funkciót (affordanciát) válasszon, egy adott platformra vonatkozóan (pl. valaki lájkolta a bejegyzésemet a Facebookon), és kérje meg őket, hogy legyenek a lehető legpontosabbak.
- A cél, hogy ne csak egy egyszerűsített diagramot rajzoljanak, hanem gazdagon illusztrálják is. Az illusztrációknak viccesnek és részletesnek kell lenniük. Fontos, hogy a teljes hurkot kövessék végig (például bejegyzés > várakozás a lájkokra > lájkok jönnek > ellenőrizni, hogy jönnek-e; vicces videó megtekintése > görgetés, hogy másik vicces videót találjanak stb.).
- Ne mondjon példákat annak érdekében, hogy a résztvevők minél több hurkot fedezzenek fel, mert ezzel behatárolja a kreativitást. Azt is meg kell határozniuk, hogy mi az inger és a szokásformálás a példájukban.





4. lépés: A csoportmunka bemutatása és megbeszélése (10 perc):

Minden csoport bemutatja munkáját az egész csoportnak.
Az oktató pontosító és reflexiós kérdésekkel segíti a bemutatókat.

Reflexiós kérdések:

Hagyja, hogy a résztvevők összekapcsolják saját, mindennapi tapasztalataikat az imént tanult fogalmakkal.

Vezesse rá őket arra, hogy megtudják, milyen jellemzők és személyes tulajdonságok vezetik őket a dopaminhurokba (talán nemcsak a közösségi média, hanem az online játék esetében is).

Legfontosabb tanulságok:

Az egész workshop fő célja, hogy rávilágítson a saját médiahasználatuk elemzésének és reflexiójának fontosságára annak érdekében, hogy képesek legyenek megváltoztatni a rossz szokásokat, és mérsékeltebben és értelmesebben használják a közösségi médiát.





Utánkövetés és otthoni feladatok

Saját közösségimédia-használat megfigyelése: bátorítsa a résztvevőket, hogy figyeljék meg saját közösségi médiahasználatukat, nem csak a működési funkciók (affordanciák), hanem a tartalom tekintetében is.

Tippek az oktatónal:

- **Időgazdálkodás:** Tartsa az egyes szakaszokra szánható időt, különösen a csoportmunka tevékenységek során.
- **Bátorítsa** a résztvevőket, hogy osszák meg gondolataikat.
- Kérje meg a résztvevőket az óra előtt, hogy készítsék elő saját mobiltelefonjukat.
- Győződjön meg arról, hogy meg tudja nyitni a Mentimeter prezentációt a saját fiókjában.





Eszközök

MENTIMETER



A Mentimeter egy online prezentációs eszköz, amellyel különféle interaktív tevékenységeket hozhat létre a közönség számára. A valós idejű szavazások, kvízek és szófelhők prezentációkba való integrálásával segíti a hagyományos előadások aktív, részvételen alapuló foglalkozásokká történő átalakítását. Anonim, így remek eszköz a bemelegítő feladatokhoz. Ebben a leckében az oktató egy előre elkészített prezentációval dolgozik.

[LINK](#)



Hivatkozások

- Gioa, T. (2024.02.18.) The State of the Culture, 2024, The Honest broker, <https://www.honest-broker.com/p/the-state-of-the-culture-2024>
- Griffiths, M. et al.. (2018). Excessive and problematic use of social media in adolescence: A brief overview. 10.13140/RG.2.2.11280.71682.
- Lembke, A. (2021.) Dopamine nation. Penguin Publishing group.
- Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., & Batlle Rubio, A. (2023). Defining affordances in social media research: A literature review. New Media & Society, 25(11), 3165-3188. <https://doi.org/10.1177/14614448221135187>
- Steinert, S., & Dennis, M. J. (2022). Emotions and Digital Well-Being: On Social Media's Emotional Affordances. Philosophy & Technology, 35(2), 36. <https://doi.org/10.1007/s13347-022-00530-6>
- Team Lemonade (n.a.) Here's Why You Can't Stop Looking at Your Phone, <https://www.lemonade.com/blog/psychology-behind-phone-addiction/>





KVÍZ

1. Mihez kapcsolódik elsősorban a dopamin az agyban?

- A. A fájdalom érzékelése
- B. Memória
- C. Öröm és jutalmazás
- D. Mozgások vezérlése

2: Az alábbi definíciók közül melyik írja le legjobban a „dopaminhurkot”?

- A. Az unalom és a frusztráció ciklusa
- B. A vágy, a jutalom és a megerősítés ciklusa
- C. Az alvásmegvonás ciklusa
- D. A fizikai edzés a relaxáció, pihenés ciklusa

3: Az alábbiak közül melyik írja le legjobban az „működési funkciók” fogalmát a közösségimédia-platformokon?

- A. Azok a pszichológiai szükségletek, amelyek arra ösztönzik a felhasználókat, hogy kapcsolatba lépjenek a közösségi médiával.
- B. A közösségi médiaplatformok azon funkcióira és képességeire utalnak, amelyek lehetővé teszik az adott felhasználói viselkedést.
- C. Azok a társadalmi normák, amelyek megszabják, hogyan kell a felhasználóknak interakciót folytatniuk a közösségi médiában.
- D. Leírják a felhasználók érzelmi reakcióit a közösségi média használata során.





KVÍZ

4. Milyen szerepet játszik a dopamin a közösségi média használatához kapcsolódó jutalmazási körben (hurokban)?

- A. A dopamin csökken, amikor a felhasználók kedveléseket vagy megjegyzéseket kapnak, amitől nagyobb aktivitásra vágnak.
- B. A jutalmakra válaszul dopamin szabadul fel, ami megerősíti a közösségimédia-fiókjaink rendszeres csekkolását .
- C. A dopamin akadályként működik a közösségi média túlzott használatának megakadályozásában azáltal, hogy unalomérzést kelt.
- D. A dopamin csak a fizikai tevékenységekre van hatással, és nincs hatással a digitális interakciókra.

5. Az alábbiak közül melyik példa olyan ingerre, triggerre, amely elindíthatja a dopaminhurokot a közösségi média használatakor?

- A. A házi feladatok sikeres teljesítése.
- B. Séta a természetben.
- C. Sporteseményen való részvétel a barátokkal.
- D. Értesítés fogadása egy barát bejegyzéséről vagy üzenetéről.





Megoldások

- 1. kérdés: C
- 2. kérdés: B
- 3. kérdés: B
- 4. kérdés: B
- 5. kérdés: D





ERASMEDIAH

Educational Reinforcement Against
the Social Media Hyperconnectivity



Lélekben Otthon
Közhasznú Alapítvány

AdM
Archivio della Memoria

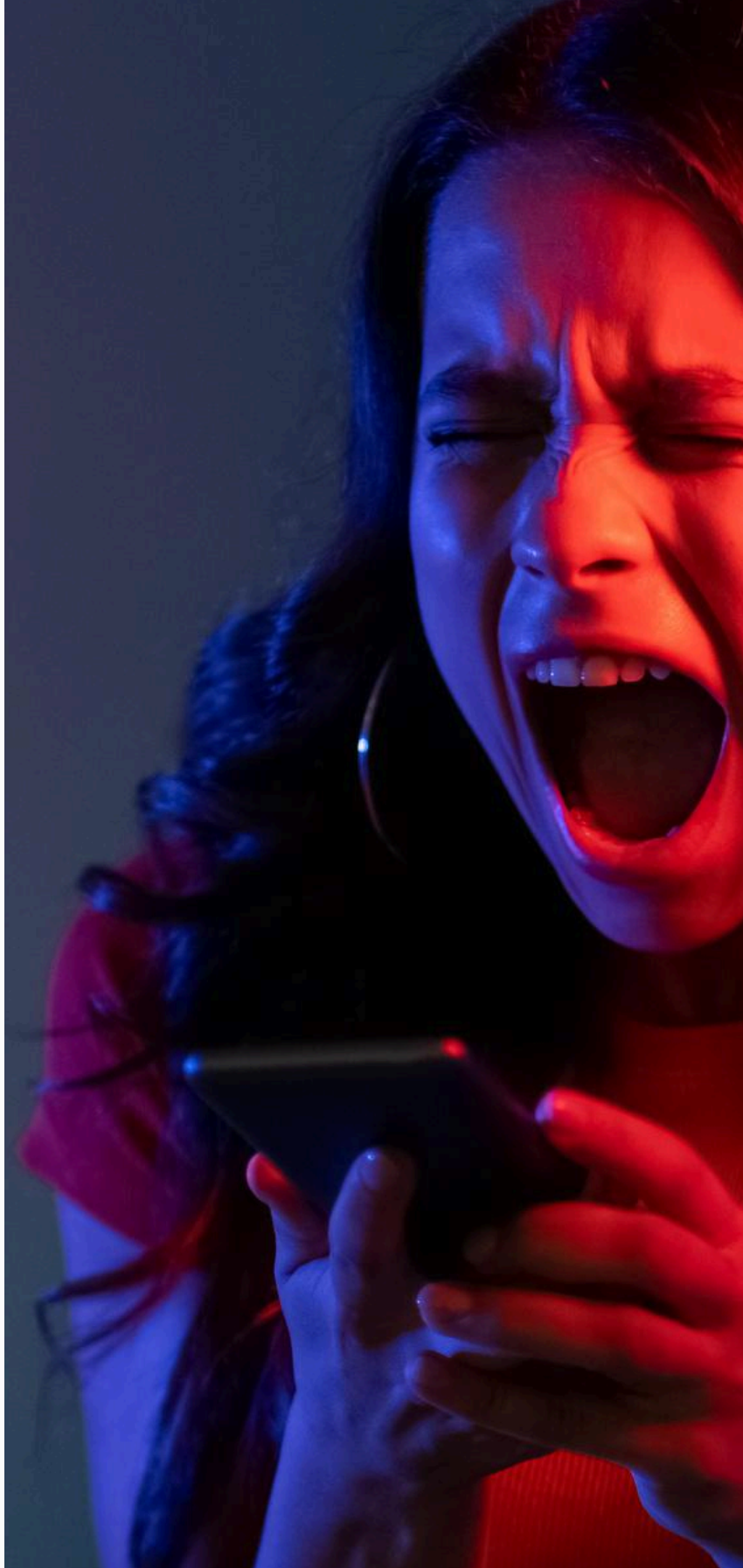


Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

EDU
yayıncılık



@Inno Hub
Valencia



**Co-funded by
the European Union**