

Hollós Jánosné
Az influenszerek világának megközelítési módja

- Szövegértési és érvelési feladatok a 8. évfolyamtól-

Bevezetés, ráhangolódás
Figyeld meg a következő négy képet!



Photo by [Wesley Tingey](#) on [Unsplash](#)



zere

Photo by [leonardo silva](#) on [Unsplash](#)



Photo by [Style Tomes](#) on [Unsplash](#)



Photo by [Samia Liamani](#) on [Unsplash](#)

a) Tapasztalataid alapján melyik fotó ...?

egy utazás emléke

image- vagy imázsfotó (A kép szereplője egy önmagáról kialakított megtervezett formát, karaktert mutat be önmagáról a képen.)

divatfotó

családi fotó

egy influenszert ábrázoló fotó

b) Miért nehéz pontosan válaszolni az előző kérdésre?

(Lehetséges válaszelemek:

A képeket csak környezetükben, a képet közlő szándékával együtt lehet igazán besorolni.

Egyes motívumok, mint például a divat mindegyik képen megjelenik.

Influenszerek akkor tekintünk valakit, ha egy képi folyamban látjuk, egy tematikát, márkát felvállalva, azt bemutatva ismerjük meg.

A feladat célja, hogy az influenszer fogalmát a diákok tapasztalatai alapján felfejtsük, valamint hogy az eddig látott képeket, azok motívumait elkezdjék feldolgozni, differenciálni.)

c) Képpárok: Képzeltben társíts a képekhez egy másikat! Mit és hogyan ábrázolnának azok a képek, melyek szerkezete hasonló lenne, de egy-egy fiú világot közvetítenék!

Szövegolvasás, szövegértés, érvelés

Olvasd el Oravecz Éva Csilla írását, majd oldd meg a feladatokat!

(A következő cikket többféle módszertani megközelítéssel dolgozhatjuk fel. Egyéni-, pár- vagy csoportmunkában egyaránt lehetséges a szöveg, illetve az influenszerek témájának megközelítése: a csoport képességei, az időkeret alapján rendezhetjük át a feladatokat. A diákok egyénileg és csoportban is megismerhetik a szöveget, illetve a szakaszos olvasás is motiváló. A feladatsor természetesen rövidíthető, fókuszálhatunk csak egy-egy kérdésre, dolgozhatunk csak egy részlettel. A cikk feldolgozása után (magyar- vagy osztályfőnöki óra) egy osztályfőnöki órán rendezhetjük gondolatainkat, szabadabban vitathatjuk meg a témát. A cikk megjelenése: Nők Lapja 2019/32., augusztus 7.)

Oravecz Éva

Tökéletesre komponálva

Az influenszerek „varázslatos” élete

Scarlett Dixon, a Londonban élő, 25 éves Instagram influenszer több halálos fenyegetést is kapott azután, hogy egy bárgyú – s persze, szponzorált – posztját felkapta a közösségi média.

„Az influenszerek ugyanúgy a lelki egészségüket kockáztatják, mint a mezei felhasználók.”

Dixon a képen egy ágyon ül rózsaszín pizsamában, flamingós bögrét szorongatva. Körülötte szív alakú lufik repkednek, mellette pedig néhány tortilla hever eperrel megbolondítva, a tortilla ugyanis a palacsinta szerepét alakítja.

Az olyan beállított, pózoló képek, amik valójában egy márkát reklámoznak, mindennaposak a közösségi médiában, amikor azonban Dixonnak az előbb említett posztját egy *Nathan* nevű cardiffi fickó megosztotta Twitteren, elszabadult a pokol. Nathan a fotót példaként hozta fel arra, hogy „az Instagram egy hazugságyár, ami azt akarja elérni, hogy úgy érezzük, nem vagyunk elég jók.” Nathan megjegyzését 90 ezren lájkolták és rengetegen osztották meg, s ennek következményeként Scarlett Dixont tömegek kezdték az interneten cikizni rosszindulatú megjegyzéseket téve rá, és több halálos fenyegetést is kapott.

A lány védekezéséül azzal érvelt, hogy ugyan valóban rendszeresen készít reklámcélú posztokat, de állítása szerint csak olyan márkákkal dolgozik együtt, amiket egyébként is használ, és amiket akár meg is venne. „A fotóim néha talán hóbortosak és kicsit túl rózsaszínek, de ezeket nem úgy találom, mint az élet idealizált változatait, amire a fiatal lányoknak áhítóznunk kéne. Nem hiszem, hogy a posztjaim ártalmasak a fiatal lányokra, azzal azonban egyetértek, hogy az Instagram hamis elvárásokat ébreszt az emberekben, amiknek nehéz megfelelni.”

Instagram influenszernek lenni hatalmas üzlet. Iparági becslések szerint valaki, aki egymillió fölötti követővel rendelkezik, akár négymillió forintnak megfelelő összeget is megkereshet néhány poszttal. Nem véletlen, hogy egy közelmúltban végzett felmérés szerint a magyar tinédzserek egynegyede influenszer akar lenni, s ugyanez a trend jellemző más országokban is: az általános iskolások ma már inkább influenszernek mennének, mint orvosnak, tudósnek vagy mérnöknek. Azok, akik híressé tudni válni csupán azzal, hogy jelen vannak a közösségi médiában, gyümölcsöző karriert futhatnak be – legalábbis addig, amíg az Instagram és a Facebook nem törli el a lájkok számának feltüntetését, a hírek szerint ugyanis jelenleg éppen ezt fontolgatják.

Tudom, mit ettél reggelire

Azt azonban szögezzük le, hogy a Facebookon vagy az Instagramon nem csupán azok hazudnak tökéletes életet maguknak, akiket ezért megfizetnek, hanem mindenki. Ezek a platformok egyszerűen senkinek nem áll érdekében, hogy igazat mondjon. Mivel a közösségi médiás jelenlétünk nem anonim, mindannyian a közönségünknek játszunk és nekik szeretnénk imponálni: barátainknak, családjainknak, kollégáinknak, ismerősöknek és ismeretleneknek.

A Facebook-aktivitásunk másról sem szól, mint hogy azzal vágunk fel mindenki előtt, akit érdekel, milyen csodálatos az életünk. A Facebook-világban úgy tűnik, mintha a világon mindenki boldog házasságban élne, egzotikus helyekre járna vakációzni és jó éttermekben enne. Ehhez képest a való világban az illető esetleg fel se veszi a telefont, ha a párja hívja, akivel már fél éve nem élt házasságot, és a fél életét szupermarketek pénztáránál várakozva tölti, otthon pedig állva, kislábasból eszi a paprikás krumplit. A Facebook-világban minden fiatal menő partikon mulatja az időt szombat este, miközben a többség valójában otthon ül pizsamában és sorozatot néz.

Az Instagrammal, Facebookkal és a többi social media platformmal kapcsolatban az a legnagyobb hazugságunk, hogy gyűlöljük ezeket, s hogy minket nem érdekel, mit csinálnak mások, vagy mit hazudnak az életükről. Ha ugyanis ez valóban így lenne, nem *Mark Zuckerberg* lenne a világ egyik leggazdagabb embere. Hogy mit mondunk és mit teszünk, két különböző dolog. Nagyon beszédes az a karikatúra a Facebook üzleti modelljéről, ahol két malac beszélget az ólban arról, milyen hihetetlen, hogy teljesen ingyen kapják a lakást és az ételt, s ezért semmit nem kell dolgozniuk. A képaláírás pedig az: „Ha valamit ingyen kapsz, ott te nem a megrendelő vagy, hanem a termék.”

A bloggerek megjelenésekor a szakértők először azzal magyarázták az új média népszerűségét, hogy az emberek kiábrándultak a hagyományos újságokból, mert minden cikk mögött egy hirdető vagy a tulajdonos érdekeit sejtik. A bloggereket őszintébbnek, hitelesebbnek gondolták az újságíróknál, s a többségnek csak mostanában esik le a tantusz, hogy az influenszerek ugyanúgy a hirdetőikből élnek, mint egy újság, tele fizetett tartalommal.

Tökéletesen komponált képek életre szóló utazásokról és lélegzetelállító ruhákról: az influenszerek ugyanúgy reklámfotókat állítanak elő a saját márkanevük alatt, mint bármely brand. Lehet az influenszereket szidni, de a lehetőség mindenki számára adott, bárki felépítheti a saját márkáját és szerezhethet magának egymilliós követőtáborot. Az ismertséget és az ingyen utakat, ajándékokat és pénzt sokan irigylik tőlük, de arra már jóval kevesebben vállalkoznak, hogy beleöljék azt a munkát, amit egy személyes márka felépítése megkövetel.

Az viszont tény, hogy a közösségi média által ránk nehezedő nyomást sokan nem viselik jól: az emberek többsége „bonyolult kapcsolatban” áll mind a Facebookkal, mind az Instagrammal. Utóbbit egymilliárd felhasználó használja világszerte, s ezek fele napi rendszerességgel látogatja az oldalt. A 18-24 év közöttiek körében jóval népszerűbb, mint a 34 év fölötti korosztályban, s ahogy a kutatások mutatják, az Instagram a legkártékonyabb közösségi média a tekintetben, hogyan befolyásolja felhasználói lelki egészségét. Minél több időt tölt valaki az Instán, annál valószínűbb, hogy szorongásos és depressziós tüneteket produkál amiatt, mert összehasonlítva magát másokkal, úgy érzi, alulmarad. Az Instagram összezavarja a társas összehasonlítás-radarunkat, mert az ott közzétett, idealizált fotók nem a világ valós reprezentációi. Emiatt félrecsúszik a felhasználónak az átlagossal szembeni megítélése, s emiatt rosszabbul érzi magát a bőrében.

Az influenszer-marketing egy többmillió dolláros piac, ahol az influenszerek ugyanúgy a lelki egészségüket kockáztatják, mint a mezei felhasználók. Ahhoz ugyanis, hogy valaki valódi megélhetést tudjon csinálni a közösségi médiás jelenlétéből, egy pillanatra sem szakadhat el a mobiljától és a laptopjától. Ebben a világban nincs se születésnap, se fizetett szabadság, egy napot se lehet pihenni következmények nélkül, mert néhány óránként mindig produkálni kell valami tartalmat, és folyamatos kapcsolatban kell állni a követőkkel. Az influenszerek többsége valódi, autentikus tartalmat szeretne gyártani, de közben szponzorokat is akar, akik óhatatlanul kompromisszumokra kényszerítik. A lájkvadászat és a követőkért folytatott harc ráadásul számukra nem csak a hiúságukról szól, hanem (online) élet vagy halál kérdése, s ez a küzdelem bennük is a végletekig felerősítheti a megfelelni vágyást, a tökéletesre törekvést és az érzést, hogy nem elég jók.

1. A cikk elolvasása után kapsold össze az idegen kifejezéseket a megfelelő „fordítással”!

„jelenlétünk nem anonim”	hiteles, tényleges
„egzotikus helyekre”	megtervezett, megszerkesztett, egy elképzelés alapján lekészített
„mint bármely brand”	támogatókat
„Tökéletesen komponált képek ...”	egy vágyképnek megfelelő
„idealizált fotókon”	névnélküli, arcnélküli
„autentikus tartalmat szeretne gyártani”	márka
„szponzorokat is akar”	távoli, ritka

„jelenlétiink nem anonim”	névnélküli, arcnélküli
„egzotikus helyekre”	távoli, ritka
„mint bármely brand”	márka
„Tökéletesen komponált képek ...”	megtervezett, megszerkesztett, egy elképzelés alapján lekészített
„idealizált fotókon”	egy vágyképnek megfelelő
„autentikus tartalmat szeretne gyártani”	hiteles, tényleges
„szponzorokat is akar”	támogatókat

2. a) Olvasd el a cikk 1. bekezdését, és a benne szereplő képleírást hasonlítsd össze a következő illusztrációval! Miben tér el a kép a szövegben leírt fotótól?



Photo by [Hipster Mum](#) on [Unsplash](#)

(Lehetséges válaszlelemek: A kép nagyon különbözik.

„Dixon a képen egy ágyon ül rózsaszín pizsamában, flamingós bögrét szorongatva. Körülötte szív alakú lufik repkednek, mellette pedig néhány tortilla hever eperrel megbolondítva, a tortilla ugyanis a palacsinta szerepét alakítja.” A leírás elemét itt egyáltalán nem találjuk. A lány alakja és az őt körülvevő tárgyak, a kényelmes üde életforma megjelenítése azonban azonos.)

- b) Miért nem jelenhet meg itt a feladat szövegében a cikkben tárgyalt eredeti fotó?

(Lehetséges válaszlelemek: A fotó megjelenéséhez engedély kell. A szövegben megjelenő kép- majd helyzetleírás alapján (pl. az említett nevek) az eset konkrétan tűnik, azonban mégsem ad pontos adatokat, nem azonosítható be, hanem általános jelenséget ír le. Az eredeti fotó megszerzése körülményes.)

3. Olvasd el a szöveget a harmadik bekezdésig. A szöveg adataira támaszkodva dönts el, hogy az információ igaz vagy hamis? Karikázd be a megfelelő válaszlelemet!

Scarlett Dixon megosztotta posztját a Twitteren, és ezért cikizték.

IGAZ - HAMIS - NEM EGYÉRTELMŰ

(HAMIS: A Nathan által megosztott fotó és komment váltotta ki a kritikát.)

Egy cardiffi fickó tette ismertté Dixont.

IGAZ - HAMIS – NEM EGYÉRTELMŰ

(NEM EGYÉRTELMŰ: Nathan cardiffi fickó, és a kommentjét kiváltó hullám ismertséget hozott Dixonnak. Ugyanakkor a szövegből az is kiderül, hogy Dixon reklámmal, önreklámmal is foglalkozik: már ismert karakter.)

A megosztott fotó 90 000 lájkot kapott és rengeteg megosztást.

IGAZ - HAMIS- NEM EGYÉRTELMŰ

(HAMIS: Nathan megjegyzése kapott 90 000 lájkot és rengeteg megosztást.)

Scarlett és Nathan véleménye az Instagramról hasonló.

IGAZ - HAMIS - NEM EGYÉRTELMŰ

IGAZ: Mindketten azt állítják, hogy az Instagram hamis elvárásokat ébreszt.

A lány szerint az Instagram káros lehet a fiatal lányokra, de az ő fotói nem.

IGAZ - HAMIS - NEM EGYÉRTELMŰ

(IGAZ: “Nem hiszem, hogy a posztjaim ártalmasak a fiatal lányokra, azzal azonban egyetértek, hogy az Instagram hamis elvárásokat ébreszt az emberekben, amiknek nehéz megfelelni.”)

A cikk írójának tetszik a lány posztja.

IGAZ - HAMIS - NEM EGYÉRTELMŰ

(HAMIS: Bárgyúnak minősíti, tehát nem tetszik neki.)

A lányt kritizálók mindegyike higgadtan érvelt.

IGAZ - HAMIS - NEM EGYÉRTELMŰ

(HAMIS: Nem igaz, hiszen a lány halálos fenyegetést is kapott.)

4. a) Miben tér el Nathan és Scarkett Dixon érvelése!

(Lehetséges válaszelemek: Nathan általánosító érvét, vagyis hogy “...az Instagram hazugsággvár”, egy konkrét példával – Dixon képeivel - illusztrálja, a képet megerősítő érvként használja. Dixon az alapállítással egyetért, de nem gondolja, hogy az ő képeire érvényes Nathan érve.)

b) A szöveg információi alapján te mit gondolsz?: Dixon képei álmvilágot, elvárásokat közvetítenek, vagy nem. (Gondold végig, hogy az első három

bekezdésnek mely elemei segítik a választ, mely elemek nehezítik a pontos vélemény kialakítását.)

(Lehetséges válaszelemek: Dixon esetében csak egy képének rövid leírását és a lány egy rövid nyilatkozatát ismerjük. A kép elemei – rózsaszín, flamingo, lufi, hóbortos stb.-és a tény, hogy Dixon márkákat reklámoz, épp azt mutatják, hogy a lány nem az élet realitását, hanem egy elvonatkoztatott, gondtalan világot közvetít posztjaival. Pontosabb információink azonban nincsenek.)

5. Hogyan kapcsolódik a szöveg első három bekezdése a cikk további tartalmához, témáihoz?

(Lehetséges válaszelemek: A konkrét eset bevezeti az influenzszer fogalmát, és az influenzszereket körülvevő vitákat. A szöveg később a példa által felvetett szempont szerint (a közvetített kép igaz-e) bontja ki a témát.)

6. Indokold az állítást a szöveg alapján!

"Instagram-influencernek lenni hatalmas üzlet."

(Lehetséges válaszelemek:

„Iparági becslések szerint valaki, aki egymillió fölötti követővel rendelkezik, akár négy millió forintnak megfelelő összeget is megkereshet néhány posztal.”

„A bloggereket őszintébbnek, hitelesebbnek gondolták az újságíróknál, s a többségnek csak mostanában esik le a tantusz, hogy az influenzszerek ugyanúgy a hirdetőikből élnek, mint egy újság, tele fizetett tartalommal.”)

**7. a) Milyen hatással van ez az általános iskolások "pályaválasztására"?
Idézz a szövegből!**

(“Nem véletlen, hogy egy közelmúltban végzett felmérés szerint a magyar tinédzserek egynegyede influenzszer akar lenni, s ugyanez a trend jellemző más országokban is: az általános iskolások ma már inkább influenzszernek mennének, mint orvosnak, tudósnek vagy mérnöknek.”)

b) A te környezetekben is nagy a népszerűsége az influenzszereknek?

8. Olvasd el újra a második rész első bekezdését!

„Azt azonban szögezzük le, hogy a Facebookon vagy az Instagramon nem csupán azok hazudnak tökéletes életet maguknak, akiket ezért megfizetnek, hanem mindenki. Ezeken a platformokon egyszerűen senkinek nem áll érdekében, hogy igazat mondjon. Mivel a közösségi médiás jelenlétünk nem anonim, mindannyian a közönségünknek játszunk és nekik szeretnénk imponálni: barátainknak, családunknak, kollégáinknak, ismerősöknek és ismeretleneknek.”

Gondold végig a bekezdés állításait, majd olvasd el egy tizenhétéves fiú karakterrajzát! Mit gondolsz Vajkról? Hazudik vagy nem?

Vajk tizenhétéves gimnazista

- Az órákon nyugodt, figyel. A matematikaórán aktív, mert szereti a matematikát.

- Kosarazik, nagyon energikusan.
- A folyóson gyakran tesz megjegyzéseket egy osztálytársnőjére, ki is nevezi, mert barátai is ezt teszi.
- Szüleivel kiegyensúlyozott a kapcsolata, édesapjával gyakran szentelen.
- A Facebookon is fent van, de inkább az Instagramon posztol magáról elsősorban kosaras képeket. A fotókon jól látszik, hogy ügyesen dob, könnyedén, energikusan mozog, izomzata jó.
- Kommentjeiben szidja a TikTokerket, mert szerinte azok csak egymás videóit másolják.

(A beszélgetés célja, hogy

megegyeztessük: a társadalomban sokféle szereppel vagyunk jelen, és nem feltétlenül hazugság, ha más-más helyzetben más-más módon viselkedünk; és gyakran keresünk olyan helyzeteket, tevékenységeket, melyben az általunk fontos szerepeket megegyeztethetjük;

rámutatassunk: gyakran a környezet, a csoportnyomás szerint viselkedünk, ez is lehet helyes vagy helytelen;

megvitassuk a közösségi média szerepét: lehetőséget ad ezen szerepek begyakorlására, megegyeztetésére – egy a mindennapi életben gyakorolt szerepekhez képest más szerepek kiélésére is lehetőséget nyújt – mikor beszélünk ez esetben hazugságról.)

9. Miről szól a cikk "Tudom, mit ettél" része?

Válaszodat röviden, maximum hat összefüggő mondatban fogalmazd meg!

(Lehetséges válaszok:

„Ezek a platformok egyszerűen senkinek nem áll érdekében, hogy igazat mondjon.”

„mindannyian a közönségünknek játszunk és ... szeretnénk imponálni”

„A Facebook-világban úgy tűnik, mintha a világon mindenki boldog”, miközben a való életben pont az ellenkezője van.

„Az Instagrammal, Facebookkal és a többi social media platformmal kapcsolatban az a legnagyobb hazugságunk, hogy gyűlöljük ezeket”

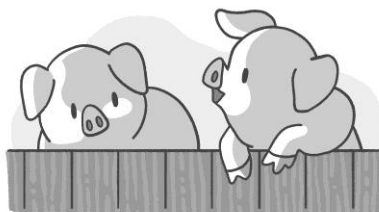
„a többségnek csak mostanában esik le a tantusz, hogy az influenszerek ugyanúgy a hirdetőikből élnek, mint egy újság, tele fizetett tartalommal.”

„Az ismertséget és az ingyen utakat, ajándékokat és pénzt sokan irigylik tőlük, de arra már jóval kevesebben vállalkoznak, hogy beleöljék azt a munkát, amit egy személyes márka felépítése megkövetel.”

„Az viszont tény, hogy a közösségi média által ránk nehezedő nyomást sokan nem viselik jól:”

„a kutatások mutatják, az Instagram a legkártékonyabb közösségi média a tekintetben, hogyan befolyásolja felhasználói lelki egészségét.”)

10. a) Hogyan kapcsolódik az alábbi kép a cikkhez?



(„Nagyon beszédes az a karikatúra a Facebook üzleti modelljéről, ahol két malac beszélget az ólban arról, milyen hihetetlen, hogy teljesen ingyen kapják a lakást és az ételt, s ezért semmit nem kell dolgozniuk. A képaláírás pedig az: „Ha valamit ingyen kapsz, ott te nem a megrendelő vagy, hanem a termék.”)

Az eredeti karikatúrát lásd:

<https://ethannonsequitur.com/facebook-you-customer-product-pigs/>

b) Mit gondolsz? Te vagy a termék? Véleményed röviden fejtsd ki?

11. Egészítsd ki a mondatokat a szöveg alapján!

"Az viszont tény, hogy a által
ránk nehezedő nyomást sokan nem viselik jól."

"..... ahogy a kutatások mutatják, az Instagram a
..... közösségi média a tekintetben, hogyan
befolyásolja a felhasználói

(A feladat megoldásának több módja is lehet:

Kérjük, hogy figyelmesen olvassák el az adott részletet, majd emlékezetből egészítsék ki mondatokat. Ekkor a cél a verbális memória, a szövegértelmezés fejlesztése, megerősítése.

A feladat megoldása úgy is történhet, hogy a szöveg elolvasása után a diákok saját szavaikkal egészítsék ki a mondatokat. Ekkor már magasabb szintű a feladatmegoldás, hiszen a szövegértés, -értelmezés mellett a szöveg szókincsét kell alkalmazni, használni.)

12. A cikk szerint szorongásos és depressziós tüneteket okozhat az Instagramon való jelenlét. Egyetértesz ezzel?

Írj egy 10 mondatos fogalmazást erről úgy, hogy említs legalább 2-2 érvet az állítás mellett és ellen!

Fejtsd ki, hogy számodra melyik álláspont az elfogadhatóbb!

(A szövegalkotási feladat megoldása komplex folyamat, mely során a cikkben olvasott információk átgondolására készíti a válaszolót, saját vélemény megfogalmazását igényli, illetve a téma más oldalról való megközelítését. Az érvelés során ki kell választani a pro és kontra állításokat, azokat logikus sorrendbe rakni, illetve saját véleményt megfogalmazni.)