

Babeş-Bolyai Tudományegyetem
Pszichológia és Neveléstudományok kar
Óvodai és Elemi Oktatás Pedagógiája szak, 2. év

25. Erdélyi Tudományos Diákköri Konferencia

Pedagógiai szekció

A kutatás címe:

**A mesék és rajzfilmek szereplőinek befolyása a gyermekek
énképének és jövőképének alakulására**

Szerzők:

Boldizsár Krisztina

Imets Sarolt Édua

Kajántó Mária

Naphegyi-Boldis Zsuzsanna

Sütő Viktória Barbara

Témavezető tanárok:

Dr. Birta-Székely Noémi és Gál Éva

Kolozsvár
2022. 04. 26.

Tartalomjegyzék

KIVONAT	4
BEVEZETÉS	5
A. ELMÉLETI HÁTTÉR	7
I. AZ ÖNKÉP ÉS JÖVŐKÉP (IDEÁLIS ÉNKÉP).....	7
II. A PÉLDAKÉP- ÉS IDEÁLVÁLASZTÁS	8
III. AZ AZONOSULÁS ÉS UTÁNZÁS PSZICHOLÓGIAI FOLYAMATA.....	8
IV. A MESE ÉS A MESEÉRTELMEZÉS MECHANIZMUSA.....	9
V. A RAJZFILM ÉS A MÉDIAÉRTELMEZÉS MECHANIZMUSA	14
VI. HASONLÓ TÉMÁJÚ KUTATÁSOK BEMUTATÁSA	18
B. A KUTATÁSI RÉSZ.....	21
I. A KUTATÁS BEMUTATÁSA	21
A kutatási módszer és a résztvevők bemutatása	22
A kérdőív, mint kutatási eszköz bemutatása.....	22
Hipotézisek	24
1. Összefüggés: Az énkép és az ideális énkép, jövőkép összehasonlítása	26
2. Összefüggés: Az énkép és a kedvenc hősről alkotott kép összehasonlítása.....	26
3. Összefüggés: Az ideális énkép és a hősképp összehasonlítása	26
4. Összefüggés: Az ideális énkép összehasonlítása a hősrre való hasonlítással	26
5. Összefüggés: A kedvenc hős összevetése azokkal a jellemzőkkel, amelyekben a gyermek nem akar a hősrre hasonlítani.....	26
II. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA ÉS ÉRTELMEZÉSE	27
I. Témakör: A kedvenc mesehős.....	27
II. Témakör: A kedvenc rajzfilmhős.....	28
A mese- és rajzfilmhősök típusai, valamint a kedvencé választás oka.....	29
III. Témakör: A gyermekek jelenlegi énképe és jövőképe	29
IV. Témakör: Azonosulás a kedvenc hőssel.....	30

1. Összefüggés: Az énkép és az ideális énkép, jövőkép összehasonlítása	34
2. Összefüggés: Az énkép és a kedvenc hősről alkotott kép összehasonlítása.....	34
3. Összefüggés: Az ideális énkép és a hőskép összehasonlítása	34
4. Összefüggés: Az ideális énkép összehasonlítása a hősre való hasonlítással	35
5. Összefüggés: A kedvenc hős összevetése azokkal a jellemzőkkel, amelyekben a gyermek nem akar a hősre hasonlítani.....	36
III. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÖSSZEGZÉSE.....	36
Felhasznált szakirodalom:.....	38

KIVONAT

A mesék és rajzfilmek szereplőinek befolyása a gyermekek énképének és jövőképének alakulására

„A mese az egyetlen irodalmi műfaj, amely utat mutat a gyermeknek, hogyan fedezze fel identitását, és hogyan találja meg helyét az életben; ráadásul még azt is elmondja, milyen tapasztalatokra van szüksége jelleme továbbfejlesztéséhez.” (Bettelheim, 1976) A pedagógiai és gyermeklélektani kutatások lényeges megállapítása, hogy a mesék erőteljes hatást gyakorolnak a gyermek érzelmi állapotára. Dolgozatunkban arra keresünk választ, hogy az érzelmi befolyáson túl, hogyan hatnak a gyermek énképére és jövőképére a mesék és azok szereplői, ugyanakkor a rajzfilmek bevonásával korunk kihívásaihoz igazodunk.

A kutatásban kérdőíves felmérés módszerét alkalmazzuk, melyet Erdély különböző régióiba juttattunk el többszáz gyermekhez. A kérdések által azt mérjük fel, hogy a gyermekek kedvenc szereplői és az általuk nyújtott példa hogyan mutatkozik meg abban, miként látják magukat a jövőben.

Kutatásunk központi feltevése, hogy a kedvenc szereplő jelleme hatással van a gyermekek jövőbeli, ideális önképére. Ennek alátámasztása irányt mutathat a gyermekeket nevelő személyeknek a meseválasztásban.

BEVEZETÉS

Kutatásunkkal arra a kérdésre kerestük a választ, hogy létezik-e kapcsolat a gyermekek által választott mesehős attitűdje és a gyermekben kialakult önkép, illetve jövőkép között. Előző kutatások bizonyítják, hogy a gyermekkorban látott példák hosszú távú hatást gyakorolnak a felnőttként kialakított értékrendre, ugyanakkor a mesehősök példaképként épülnek be a gyermekek gondolkodásába. A problémát továbbgondolva, azt vizsgáljuk, hogy a gyermekek jelenlegi és jövőbeli önképére hogyan hatnak a mesék és rajzfilmek hősei.

A kérdés vizsgálata azért fontos, mert az eredmények alapján feltárhatunk olyan tényezőket, amelyek valóban hatással vannak a gyermekek önképének és jövőképének alakulására. Gyakorlati szempontból kutatásunk által a pedagógusok és szülők visszajelzést kaphatnak a gyermek önképének milyenségére, valamint a választott mesék segítségével pozitív irányba alakíthatják a gyermekek önképét.

A kutatás eredményét több változó és az ezek közötti összefüggések határozzák meg. Ezeket elsősorban röviden értelmezzük, majd részletesebb kifejtésükre, szakirodalmi áttekintésükre az elméleti háttérben kerül sor. A dolgozatban használt legfontosabb kulcsfogalmaink: mese, rajzfilm, hős, azonosulás, példakép, önkép, jövőkép.

A **mese** az az epikai műfaj, amely valóságos élethelyzeteket képez le a fikatív világ szintjére. Rávezet a közösség morális értékeire, amelyek nevelő céllal hatnak az egyén személyiségfejlődésére, mint ahogy Csiszér Anna is meghatározza: „a mese a gyermek képzeletének tápláléka” (Csiszér & Szabó). Kutatásunkban mesének tekintünk minden olyan epikai alkotást, amellyel a gyermek írott formában vagy felolvasás révén találkozott. Ez lehet népmese, tündérmese, állatmese, kisregény, kalandregény, műmese. Fontosnak tartjuk, hogy a kutatásban az írott és hallott mesével is foglalkozzunk, hiszen ezek által fejlődik a gyermekek belső képalkotása.

Ezzel szemben a **rajzfilm** már egy kész képet állít a gyermek elé, aki napjainkban sokkal többet találkozik animációkkal, mint mesével. Az ezekben megjelenő szereplők tulajdonságai részletesebben, szemléletesebben jelennek meg. Ezáltal a gyermek könnyebben azonosulhat a hőssel. Kutatásunkban rajzfilmnek tekintünk minden olyan digitalizált vagy animált mesét, amellyel a gyermek mozgókép formájában találkozik.

Hősként tekintünk azokra a szereplőkre, amelyek a mesében vagy rajzfilmben megjelennek, a történet alakulásában szerepet játszanak, értékeket képviselnek és változó minőségű tulajdonságokkal vannak felruházva. Attól függően, hogy mesében vagy rajzfilmben jelennek meg, külön tárgyaljuk a gyermekek által választott hősoket.

Példakép minden olyan hős, amelyekhez a gyermekek érzelmileg kötődnek, és törekednek az általuk állított viselkedési minták követésére.

A kutatás értelmezésében különösen fontos a **hőssel való azonosulás**. Ez az a folyamat, amely során a gyermek az általa választott kedvenc mesehőst vagy rajzfilmhőst kiemeli a megszokott környezetéből, és belehelyezi a mesén vagy a képernyőn túli valós élethelyzeteibe.

Réthy (2003) szerint az **énkép** nem más, mint az egyén önmagára jellemzőnek vélt tulajdonságainak, valamint az önmagáról alkotott elképzeléseinek, ismereteinek és érzelmeinek az összessége. Ezt kutatásunkban arra a kérdésre bontottuk le, hogy a gyermek milyen tulajdonságokkal jellemezné önmagát, és mivel ez sokkal kevésbé összetett, mint az énkép, kutatásunkban az **önkép** kifejezést használjuk.

A **jövőkép** egy nagyon széles és nehezen megközelíthető fogalom, mi viszont egy összefoglaló kifejezésként használjuk abban az értelemben, hogy a gyermek milyen tulajdonságokkal szeretne rendelkezni a jövőben. Tehát kutatásunkban a jövőbeli, ideális önkép fogalmára vonatkoztatjuk.

A. ELMÉLETI HÁTTÉR

A továbbiakban áttekintjük a kutatásunkban vizsgált változókkal kapcsolatos előzetes elméleteket és kutatási eredményeket. Legelőször az önkép és ideális önkép témájával foglalkozunk, majd a példaképválasztással, az azonosulási és utánzási folyamatokkal, ezt követően a mese- és rajzfilmértelmezést vizsgáljuk, kitérve a média gyermekekre gyakorolt hatásaira, valamint a hősreprezentációkra. Végül pedig olyan kutatásokat és felméréseket mutatunk be, amelyek témájukat tekintve kapcsolódnak vagy alapul szolgálhatnak jelen kutatásunkhoz.

I. AZ ÖNKÉP ÉS JÖVŐKÉP (IDEÁLIS ÉNKÉP)

A személyiségfejlődés pszichológiájának egyik központi témája az egyén önmagáról alkotott képe, valamint az énfogalom kialakulása. Ebben a fejlődési-tanulási folyamatban Kulcsár (1981) négy befolyásoló tényezőt nevez meg: *aktív, önindította mozgások, külső visszajelzések, szociális szerepek, helyzeti tényezők, valamint a szülők nevelési stílusa*.

A 8-9 éves kor az önkép fejlődésének jelentős szakasza, hiszen ekkor kezd a gyermek képessé válni arra, hogy más személyek nézőpontjából vizsgálja önmagát (Bollókné, 1999).

Kisiskolás korra a gyermek már tudja magáról, hogy másabb, mint társai, fejletlen formában kezd megjelenni a tudatos önreflexió (Vajda, 2014), tulajdonképpen egy önreflexió nélküli önelfogadás jellemzi az önképüket: egyszerűen elfogadják, hogy „én ilyen vagyok.” Kezd kialakulni a globális önértékelés, melynek alapja a különböző tevékenységekben, akár a tantárgyak terén, megélt sikeresség (N. Kollár & Szabó, 2004). A szociális összehasonlítás egyre nagyobb szerepet kap az életükben, ennek köszönhetően egyre többet foglalkoznak azzal, hogy a tulajdonságok és egymás megfigyelése által összehasonlítsák magukat a társaikkal. Ez lehetővé teszi a pozitív és negatív jellemvonások integrálását (Vajda, 2014), mely hozzájárul a globális önértékelés kialakulásához, ami két síkon történik. A *területspecifikus önértékelés* révén a gyermek azonosul mások értékrendjével, majd a globális önértékelés kialakulásával ezeket belsővé teszi. Ezáltal olyan normákat épít, melyek lehetővé teszik, hogy értékelje önmagát (N. Kollár & Szabó, 2004).

Az önkritikus gondolkodás képessége még nagyon egyszerűen van jelen, a gyermek képes felismerni, ha változnia kell, de úgy érzi, hogy ez a változás önkaratán kívül,

véletlenszerűen történik (Molnár-Hrábsák, 2020). Az önjellemzésekben gyakoriak a kompetenciák és a kedvelt tevékenységek kiemelése. A reális önkép kialakítása azzal segíthető, ha a környezet olyan tulajdonságokat emel ki követendőként, amelyek a gyermek számára is érthetőek (Vajda, 2014).

II. A PÉLDAKÉP- ÉS IDEÁLVÁLASZTÁS

A „Mi leszek, ha nagy leszek?” kérdés minden gyermeket foglalkoztat, melyhez jelentős mértékben hozzájárulnak a környezeti modellek, családi, iskolai és baráti példák (Hátori, 2014).

Bagdy Emőke szerint a példaképválasztás jelentősége az értékek és normák átvételében mutatkozik meg, ez a pszichológiai folyamat kisiskoláskorban minőségileg megváltozik. A tízévesekre egy naiv, differenciálatlan ideálképzés jellemző, példaképként a környezetükben jelen lévő, „szép és kedves” jelzővel jellemezhető személyeket választanak. Ők a szituatív példaképek, így mintakövetésre, gondolkodás nélküli utánzásra ösztönzik a gyermekeket, akik feltétel nélkül engedelmeskednek nekik és úgy vélik, példaképüknek mindenben igaza van. Ez tizenkétéves korra fokozatosan átalakul egy idealizált példaképpé, aki általában egy reális vagy egy médiából, irodalomból ismert személy lehet. A gyermek szemében valóságos ideállá növi magát, és mindenki fölé helyezhetővé válik. Az ideál egy erőteljes kompenzációs funkcióval rendelkezik, aktivizálja a gyermeket, hogy törekedjen kijavítani és fejleszteni gyengeségeit (Bagdy, 2020).

Az önazonosság és az identitás kérdése kiemelkedő figyelmet kap a késő modern korban, ezen szemlélet szerint az egyén a szocializáció során kell önmagát felépítse. Ez a folyamat bizonytalansághoz, belső vívódáshoz vezet, amelyet tükröz a KID.COMM projekt kutatásának az eredménye is: a kisebb gyermekekkel ellentétben, a 12 évnél idősebb fiatalok többsége nem tud példaképet megnevezni. A projekt fő célkitűzése az volt, hogy hazai viszonylatban hiánypótló jelleggel tárja fel az iskoláskorú gyermekek kommunikációs és médiafogyasztási szokásait, valamint attitűdjeit (Jakab, 2011).

III. AZ AZONOSULÁS ÉS UTÁNZÁS PSZICHOLÓGIAI FOLYAMATA

Az azonosulás és utánzás legtöbbször egy tudatalatt működő folyamat, melynek idegrendszeri, neuropszichológiai alapja van. A megfelelő feszültségi szint hatására a gyermek képessé válik a környezetéhez való idomulásra. A tükrőneuronok működése és a mozgásgátló

rendszer éretlensége utánmozgásra, a cselekvések leutánzására készíti a gyermeket. Később a frontális szabályozó és a gátló agykéreg indítja be az utánmozgás gátlását. A gyermekek gondolkodása még differenciálatlan, és csak ennek fejlődésével egyidőben épül ki a mozgásgátlás is. Így a gyermekek könnyen képesek az utánmozgásra, a mozdulatok lemásolására. Az utánzás tehát egy neurális indíttatású, mintakövető viselkedés (Bagdy, 2020).

Bagdy szerint az azonosulás legelső megjelenése a szülőkkel való hasonulás és a szülők leutánzása. Ennek alapja a szülő távollététől való félelem, eszköze pedig a félelem feloldása. A gyermek szerepjátékok során gyakran szülei szerepébe bújik, hogy feloldja magában a távollét elviselhetetlenségét. Ezáltal sajátjává teszi a szülő hangját, gesztusait, érzéseit, viselkedési mintáit (Bagdy, 2020). A hasonulás az együttmozgás révén létrejövő érzelmi idomulás egy másik személyhez. Azonosulás akkor történik, amikor az utánzás érzelmi töltettel egészül ki. Minél több érzelem van az azonosulásban, az annál eredményesebb lesz. Az utánzás empátiával párosulva elősegíti a beleélő, átélő készség fejlődését, az új magatartásformák és szociális értékek átvételét. Továbbá az azonosulás közben a gyermek egyrészt önkéntelenül, akaratán kívül veszi át és teszi sajátjává azokat a tulajdonságokat és viselkedési módokat, amelyekkel a szeretett személy bír, másrészt pedig tudatosan próbál olyanná válni, mint modellje. Ez a szándék teszi lehetővé éniideálja felépítését. Az identifikáció ezzel egyidőben az én védelmét is biztosítja, ugyanakkor lehetővé teszi a nemi szerepviselés elsajátítását. A különböző forrásokból, akár médiából és rajzfilmekből látott példák elősegítik tehát a nemi identitás kialakulását is (Bagdy, 2020).

IV. A MESE ÉS A MESEÉRTELMEZÉS MECHANIZMUSA

Vitathatatlan, hogy a mese a gyermek személyiségfejlődésének nélkülözhetetlen tényezője, ugyanakkor figyelmének és fantáziájának a fejlődésére is erőteljes hatást gyakorol. A gyermek megtanul egy adott tevékenységre hosszabb időn keresztül koncentrálni, valamint a mesehallgatás közben a hallott információkat egy vizuális képpé kell formálnia, ezáltal gazdagodik belső képvilága. Általános értelmezésben a mesékből viselkedésmintákat, problémamegoldó stratégiákat, világszemléletet és elveket is kaphat a gyermek. Erkölcsi normákkal ismerkedhet meg, esztétikai értékekkel találkozik. A mese különleges eszközökkel motiválja a hallgatót döntésre, állásfoglalásra az erkölcsi kérdések terén. Emellett a gyermek érzelmi fejlődését is befolyásolja, mivel a mesehallgatás olyan helyzetet teremt, melyben a gyermek izgalmakat és különböző érzelmeket következmények vagy veszélyek nélkül élhet át (Csiszér & Szabó).

A mese olyan képi világgal rendelkezik, mely teljes mértékben megfelel a gyermek által alkotott gondolkodásmódnak, ez alapján mondható el, hogy *a mese tulajdonképpen a gyermek szemével nézett világ* (Komáromi, 1999), valamint a mese *minden, ami a gyermeki képzelőerőt megmozgatja*. (Abonyi Nagy, 1973). A mesék olyan egyszerűnek és szélsőségesnek láttatják a világot, hogy az tökéletesen illeszkedni tud a gyermeki gondolkodásmódba. A gyermek lelki fejlődésének korai szakaszában jelenlévő gondolati vonásoknak megfelelően jelentkeznek a mesei fordulatok. Ezáltal a mesék teremtik meg a gyermek számára a rejtélyes világ otthonosságát. A gyermeki hisz abban, hogy a világban rend van és az egyensúly felbomlását mindig annak helyreállása követi, hiszen a mesékben ugyanez történik (Kádár, 2012).

A gyermek fejlődés-lélektani jellegzetességei és a mesei motívumok összhangja abban is megnyilvánul, hogy a mese keretein belül bármi és minden lehetséges, azaz ahogyan Freud fogalmaz: megjelenik a *gondolat mindenhatósága* (Freud, 1995). A gyermek, bár tudatában van annak, hogy a dolgok a valóságban nem így működnek, mégis képes elfogadni a mese alkotta irrealitást (Kádár, 2012). Körülbelül ötéves kor után minden gyermek megérti, hogy a mese nem valóságos történet. Több kislány vágyik arra, hogy szépséges királykisasszony legyen, aki palotában lakik, ezt sokszor, részletesen el is képzelheti, de a valóságtól nem távolodik el olyannyira, hogy ne tudja, ki is ő valójában (Bettelheim, 1976).

a. A MESE ÁTÉLÉSE

Honti János, magyar népmesekutató úgy véli, hogy *a mese lényege az átélni akarásban rejlik* (Honti, 1962). Elsődleges funkciója tehát a mese világába való belehelyezkedés és az ebben való gondolkodás. Ezzel szemben Max Lüthi, német mesekutató szerint a mese funkciója nemcsak a szórakoztatás, hiszen ennél sokkal fontosabbak a mesét életre hívó emberi igények és befogadói szempontok (Bódis, 2011). Továbbá, Lüthi szerint a mese és a nyelvi jelenségek szorosan összefüggnek: „*Valóságunk minden eleme, még a leglényegtelenebb, mellékes részletek is arra törekszenek, hogy nyelvvé váljanak.*” (Lüthi, 1960, 76). Így a nyelvbe fogalmazódott létkérdések, tehát a tulajdonképpeni meseszövegek lehetővé teszik a mese résztvevői (mesélő, olvasó és hallgató) számára az identitásteremtés két fontos mozzanatát: a nyelvi hagyományrendbe való integrálódást, valamint az én és a világ értelmezését, azaz az önazonosság keresését. Így a mese jóval több a morális értékek bemutatásánál és átadásánál (Bódis, 2011). Lüthi így fogalmazza *Az európai népmese – forma és lényeg* című könyvében: „*A mese önmaga szerint a valóság lényegét mutatja meg. (...) A mese egyszerre szórakozás és*

existenciális átvilágítás.” (Lüthi, 1960). Mircea Eliade (1957) értelmezésében különös hangsúlyt kap a „lét” és a „másik” összekapcsolódása. Ez nem más, mint minden ősi és vallásos történet alapja: a létezésben felismert azonosság, amely az identitás forrása (Bódis, 2011).

A mese, mint kaotikus jelenség-halmaz, nyelvi formát kap, és ezáltal értelmezhetővé válik. Az elbeszélés ideje mindig a jelen, ezzel a valóság érzetét kelti (Bódis, 2011). Ez kiemelkedően fontos a mesébe való belépés és a hőssel való azonosulás szempontjából. Tehát a német mesekutató nyomán, a mese egy nyelvi jelenség, és az ebben bemutatott világrend értelmezése lehetővé teszi az önazonosság megépítését.

Honti (1936) szerint a mese a *„kalandos élet epikuma”*, mely kifejezi az *„örök emberit.*” Erről részletesebben így ír: a mese *„epikuma a jelen és az én epikuma: hőse az én, ideje a jelen, tartalma a kaland, formába kovácsolója pedig az egyéni boldogulás, az egyéni érvényesülés hatalmas vágya.”* (Honti, 1936).

b. A MESEHŐS

A mesében a lét kérdéseivel való szembenállást a hős képviseli, aki az előtte álló feladatokkal foglalkozik. Lüthi felfogásában a mese egy egydimenziós világ, amelyben nincs világi kettéhasadás és nem választhatók szét a transzcendens és immanens elemek, tehát minden egy dimenzióban helyezkedik el. Így a mesehős sem foglalkozik a külső világgal, csak a küldetésére összpontosít (Bódis, 2011).

A mesék kezdetén a hős általában jelentéktelen, kicsi és hétköznapi figura, akit környezete sem becsül. Idővel viszont különböző helyzetek és személyek által lassú változás következik be a hős személyiségének fejlődésében és a mese végére törvényszerűen már egy talpraesett, érett hőst találunk (Csiszér & Szabó). Több mesében is megjelenik a hármas szám a szereplők terén is, gyakran a főszereplő a harmadik testvér, aki a legkisebb, legbutább, mindenki lenézi, nem tartják kompetensnek. Ebben az elesettségben, apróságban a gyermek magára ismerhet. A történet végére a kicsi eléri célját, fejlődik, mint személyiség, túllépi személyes határait, ezáltal sikerhez jut, győzedelmeskedik (Bettelheim, 1976).

Bizonyos értelmezések szerint a mesehős passzív szereplő, azaz a kalandok, események megtörténnek vele, nem ő befolyásolja az eseményeket, így a boldogsága sem saját magának vagy cselekedeteinek köszönhető (Bálint, 2013). Azonban Marion (2005) szerint, amint a hős felismeri léte lehetőségeit és feltételeit, képessé válik a cselekvő aktivitásra. A francia

mesekutatóhoz hasonlóan gondolkodik Lüthi is, aki szerint *a mesehős aktív, vállalkozókedvű, vándorol és cselekszik*. A történet folyamán kapott adományok pedig megindítják próbatételeit, alkalmassá teszik a küzdelemre, hogy ráleljen sorsára és beteljesítse azt (Lüthi, 1960).

A mesehős szemben találja magát a kizökkent idővel, az ő feladata a *káosz* helyreállítása. Ez a létgonddal való megküzdés jellemfejlődésének az alapja. Az identitás megtalálása szintén a hős feladata, a narrátor az ön-elbeszélése révén saját narratív identitását keresi (Bálint, 2011). A mese végső célja pedig a mesemondó és közönsége közös identitásának a megteremtése (Bódis, 2011).

Ezek alapján nevezhetjük a mesét egy identitásteremtő elbeszélésnek, melyben egyformán kap hangsúlyt a mesélő-hallgató kapcsolat, a lét kérdéseivel való szembenállás, valamint a hőssel való azonosulás, amely lehetővé teszi az erkölcsi és szociális normák átvételét.

c. A MESEHŐS, MINT PÉLDAKÉP. AZONOSULÁS

Kádár Annamária mesepszichológus szerint a mese kiemelkedő szerepet játszik a gyermek lelki jellemének, jellemvonásainak kialakulásában, a pozitív viselkedési, erkölcsi értékek, tulajdonságok formálódásában. A mesei légkör lehetőséget teremt a gyermek számára, hogy a mesélőn és a történeten túl önmagára, önnön mély, lelki világára is figyeljen. „*A mese megerősíti az ősbizalom élményét, hogy jó a világ, jó volt ide megszületni.*” (Kádár, 2012). Bálint Péter úgy véli, hogy minden hallott és olvasott történetbe belelátjuk a saját életünket, sorsunkat, ez azért van, mert csak azt a történetet tudjuk megérteni, és értelmezni, amelyet személyessé tettünk. Az életünk számos területén felvillannak azok a történetek, melyeket gyermekkorunkban személyesen nekünk mesélt valaki, ezeket később majd tovább meséljük mi is (Bálint, 2013).

A tündérmesék szereplői olyan csodálatos teremtmények, amelyek valamiben eltérnek az átlagos emberektől, lehetnek törpék, tündérek, boszorkák vagy varázslók. A kitalált és valóságba be nem illeszthető szereplők, mesei elemek ellenére is, ezek a történetek is nagymértékben befolyásolják a gyermekek gondolkodását, és általánosságban tartalmazznak olyan tanulságot, amit a gyermekek magukkal vihetnek és életükben felhasználhatnak. Megjelenik a jó és a rossz közötti konfliktus, ennek megharcolása, letisztázása, és közben a gyermekek elmélyülhetnek a mesékben felvonultatott szereplők által hordozott rejtett üzenetekben, értékekben (Sayer, Kristiawan & Augustina, 2018).

Míg napjaink gyermektörténetei gyakran valótlan világot mutatnak be, addig a mesékben a gonosz és a jó egyaránt megjelenik, alakot is ölt valamilyen szereplő képében. Ezáltal valóságos világot képez le. A szereplők szintjén nem találunk belső ellentmondást, egy szereplő nem jó és rossz egyszerre, ahogyan a valóságban megfigyelhető. Szélsőségesség dominál a mesei szereplők szintjén, hasonlóan a gyermeki gondolkodáshoz. A tanmeséken kívül a mesékben megjelenő ellentétes karakterek és értékrendek nem tanító szándékkal, hanem a helyes magatartás bemutatásának céljával jelennek meg. A mesékben a gyermek megfigyelheti a pozitív és negatív szereplők harcát, megerősödhet abban a hitben, hogy az igazság mindig győz, ösbizalma erősödik. *„Példaképet talál a mesékben, akihez öntudatosan is hasonlítani szeretne”* (Csiszér & Szabó). A társadalmi elvárás és a környezeti nyomás is azt tartja helyesnek, hogy példaképként a segítőkész és jószívű szereplőt válassza. Viszont a gyermek nem jósága miatt fog választani kedvenc szereplőt és azonosulásra alkalmas hőst, hanem azért, mert annak élethelyzete és karaktere vonzza (Csiszér & Szabó).

Kádár Annamária *Mesepszichológia* című könyvében kifejti, hogy a mese üzenete egy olyan szemlélet, mely szerint az életben a legkisebb is boldogulhat, ez reménykeltő a gyermek számára, hiszen csökkenti a kicsiség-érzését és az életkori helyzetéből adódó kiszolgáltatottságát. Továbbá ezt így fejt ki: *„A mesében azáltal nyílik lehetősége saját esetlenségének kompenzálására, hogy képzeletben azonosul a hőssel.”* (Kádár, 2012).

A fejlődés során a gyermek óhatatlanul szembesül azzal a valósággal, hogy ugyanabban az időben, egy adott dologgal kapcsolatban kétféle érzése is lehet. Például, amikor el akarja venni társától a játékot, de közben engedelmeskedni is akar édesanyjának, aki nem engedné. Ennek a belső konfliktusnak az áthidalásában segítségére lehetnek azok a mesék, amelyekben természetünk kettőssége jelenik meg. Ezek a mesék szimbolikusan összefoglalják a személyiség fejlődését: a differenciálatlan, egynemű gyermeki személyiségből fejlődik ki az *ösztön-én*, az *én* és legvégül a *felettes én*. Az érési folyamatban ezek integrálódnak. Más mesékben az otthonról való elüldözés, kitaszítás eleme jelenik meg, amely azt jelképezi, hogy mindenkinek meg kell találnia önmagát. Az önmegvalósításhoz szükséges lépés az otthon vonzaskörének elhagyása. A próbák és nehézségek a lehetséges lélektani veszélyeket jelképezik. A mese bizton állítja, hogy a fájdalmat, nehézségeket, kockázatot vállalni kell, hiszen az identitás kihívásait nem lehet figyelmen kívül hagyni. Végül arról is biztosít, hogy mindezek legyőzése után, mindig a jó nyer és sikert ér el a hős. A mese segítségünkre lehet

önmagunk jobb megértésében is hiszen „*belső ambivalenciánk két pólusa*” a történetekben külön van választva, mindkettőt más-más szereplő jeleníti meg (Bettelheim, 1976).

Továbbá a személyiség korai fejlődésében kiemelkedő szerepet játszik a szülő-gyermek kapcsolat, amely megalapozhatja a biztonság kialakulását. Ennek a stabil kapcsolatnak a kialakulásában a közös mesélés, a szülő meseolvasása sokat segít (Megyeriné, 2018). A gyermek a mesehallgatás közben nemcsak a mesélőre figyel, hanem befelé is. Képzeletben életre kel a történet, melyet saját vágyainak fantáziaképére alkot. A belső képkészítés, elaboráció során a gyermeknek lehetősége nyílik az emlékezetében és tudatalattijában rejlő információk, érzelmek, feszültségek sikeres feldolgozására. Ezt a folyamatot nagyban segítheti a mesélő személy (szülő, pedagógus) azzal, hogy ő is beleéli magát a történetbe, figyel a mesemondás ritmusára, valamint a hanglejtésre. Mindez azért fontos, mert a mese dallama könnyen átalakítható képpé. Az elaboráció során válik lehetővé az is, hogy a gyermek érzelmileg azonosuljon a számára kedves hőssel. Azzal, hogy a mesélő is belső képet készít a meséhez, vagyis minél változatosabb hanglejtéssel és minél dallamosabban adja elő a mesét, annál inkább megadja a lehetőséget a gyermek számára egy kidolgozottabb belső kép kialakítására (Kádár, 2012).

V. A RAJZFILM ÉS A MÉDIAÉRTELMEZÉS MECHANIZMUSA

A televíziós tartalmak megértésében, vagy akár a rajzfilmek értelmezésében fontos szerepet játszik az, hogy a „televíziós nyelv” az üzenetek közvetítésére egy teljesen más kódrendszert (szimbolikus konvenciót) használ, mint a beszélt és hallott nyelv. A televíziós nyelv megértését, a kódok dekódolását újabban „Tv-literacy”-nek is nevezzik, melynek tanulása ugyanúgy történik, mint az olvasás tanulása. A filmek, rajzfilmek vizuális és auditív ingereken keresztül egyidőben szólnak a nézőkhöz, ezáltal a valóságot erőteljesen érzékeltetik. Ezt olyan eszközökkel érik el, mint a montázsok, zoom, lassítások, vágások. A sokszintű ingerhatás a valóság érzetét kelti, ezáltal a gyermek könnyen igazinak tekintheti a filmekben megjelenő szereplőket. Ez megnehezíti a valóság és realitás kettéválasztását, ami az írott szövegek, mesék esetében az ingerszegényebb közvetítés miatt sokkal hamarabb megtörténik. Minél valósabbnak, reálisabbnak ítéli meg a néző a szereplőt, annál erősebb érzelmi hatást vált ki belőle, annál jobban azonosul vele, ugyanakkor a szereplő magatartása annál nagyobb hatást gyakorol a néző viselkedési mintáira (Kósa, 2004).

A gyermekek egészen 7-8 éves korukig képtelenek helyesen dekódolni ezt az animációs nyelvrendszert, csak egy nézőpontból, a sajátjukból képesek szemlélni a rajzfilm cselekményét. A cselekmény kronológiai sorrendjének, ok-okozati összefüggéseinek, valamint a helyszín és idő változásának az értelmezése még a 8-10 éves gyermekek számára is nehézséget jelent. A rajzfilmek cselekményét lényegében az *egymástól független cselekmények egymásutániségaként fogják fel* (Kósa, 2004). Ezért a kicsiknek szóló animációk általában az egysíkú, filmes kódok nélküli bábszínház előadásokra hasonlítanak. Továbbá a kisgyermekek nem tudják elkülöníteni a fikciót a valóságtól, emiatt gyakran azt képzelik, hogy képesek interakcióba lépni, beszélgetni és kapcsolatot építeni a szereplőkkel. 7-9 éves kortól fokozatosan kezdik megérteni, hogy az animációkban megjelenített világ csak egy leképezése a valóságnak, nem a valóság maga (Kósa, 2004).

A különböző képernyőkön megjelenő gyorsan egymás után pörgő képsorozatok megterhelőek az idegrendszerre, így ezeket az információkat a gyermek álmában dolgozza fel, azonban, ha ez nem sikerül, akkor szorongás jelenhet meg. Mivel az ilyen fajta meseélmény során hiányzik a gyermek és a mesélő között létrejövő intim és meghitt kapcsolat, nagyon fontos, hogy a gyermeknek legyen lehetősége arra, hogy a látottakat megbeszélhesse, feldolgozhassa a szülővel, pedagógussal (Kádár, 2012).

Életkortól és fejlődésbeli változóktól függ az is, hogy a gyermekek mi alapján ítélik meg az egyes szereplők jellemző vonásait. Kósa azt vizsgálta, hogy a gyermekek szerint mennyire egyezik a foglalkozások, embercsoportok (pl. anya, apa, rendőr, tűzoltó) filmbeli ábrázolása a valósággal. Minél kisebb volt a gyermek, annál nagyobb volt a vélt egyezés mértéke, még a tizenkét évesek is úgy gondolták, hogy az ábrázolt szerepek valóságban is olyanok, mint az animációban. Kósa egy másik kutatásában pedig azt tárta fel, hogy mennyire tudják azonosítani a gyermekek a szereplők bizonyos cselekvéseit, azoknak okait és következményeit. Egészen hétéves korig a gyermekek képtelenek voltak a szándék figyelembevételére, aszerint ítélték meg a szereplőt, ahogyan a film végén voltak megítélve (Kósa, 2004).

Kósa egy néhány évvel későbbi tanulmányában a média gyermekekre gyakorolt hatásának két tényezőjére mutat rá. Ezek a mennyiségi és minőségi tényezők. A *mennyiségi* tényező azt foglalja magába, hogy a gyermek mennyi időt tölt el a különböző médiatartalmakkal, míg a *minőségi* tényező a tartalmak értelmezését jelenti. Ha egy gyermek nem képes megfelelően értelmezni a médiában használt kódokat és üzeneteket, akkor

bizonytalansága magatartásbeli problémákban is jelentkezhet (Kósa, 2007). Hozzá hasonlóan Bene is amellett érvel, hogy a lezáratlan erkölcsi kérdéseket a gyermekek még nem tudják értelmezni, így bizonytalanná válhatnak. A médiamanipuláció eszközei közé sorolja az animációs filmeket és rajzfilmeket. A probléma abban áll, hogy sok rajzfilm csak a figyelem lekötésére fókuszál, ezeknek nincs végkifejlete, azaz a jó nem nyeri el jutalmát, a rossz nem lesz megbüntetve. Továbbá kiemeli a reklámok gyermekekre gyakorolt negatív hatását is, amelyeknek a gyermekek feltétel nélkül hisznek (Bene, 2015).

A média amellett, hogy leköti a gyermek figyelmét, erkölcsi normákat, értékeket képvisel, ezáltal véleményt formál és közvetlenül hat a személyiségfejlődésére (Béres & Korpics, 2011). Így befolyásolja a gyermek szociális viselkedését, iskolai magatartását, teljesítményét, összpontosító- és koncentrálóképességét, és a megjelenő tartalmak miatt agresszívvá válhatnak (Erdei & Szűcs, 2022).

Andrea Millwood Hargrave és Sonia Livingstone 2009-ben a média pozitív és negatív hatásait mérték fel. Megállapították, hogy a média gyermekekre gyakorolt hatása elsősorban a gyermek közvetlen környezetétől függ: családi körülmények, szülők állásfoglalása, médiahasználat (Hargrave & Livingstone, 2009). Továbbá Bálint Zsolt kutatásában is, amely a Jetrix gyermekcsatorna arculatváltásáról szól, kirajzolódik a szülők rajzfilmhősökkel szembeni általános vélekedésének. A szerző megállapítja, hogy a hagyományos rajzfilmek pozitív megítélésben részesülnek, ártalmatlannak tekintettek, viszont a modern rajzfilmekhez olyan negatív jelzők társulnak, mint az erőszakos vagy a buta (Bálint, 2009). A klasszikus és modern mesehősök reprezentációiról további két tanulmány is érdekes megállapítást tesz. Szántó Szilvia felméréséből az derül ki, hogy a gyermekeket a klasszikus mesehősökhöz inkább ragaszkodó kapcsolat fűzi, míg a modern hősökhöz rajongás (Szántó, 2000). Emellett Sokolova 2011-ben végzett kísérletéből az derül ki, hogy a gyermekek könnyebben azonosulnak a klasszikus mesék hőseivel – pl. Micimackó, Oroszlánkirály –, mint a modern mesefilmekével, amelyek csak nehezítik az azonosulás folyamatát (Sokolova, 2011).

a. HŐSREPREZENTÁCIÓK. RAJZFILMHŐSÖK MEGJELENÉSE A GYERMEKEK ÉLETÉBEN

A rajzfilmhősök manapság már számos módon, az élet bármely területén megjelenhetnek a gyermek életében: *„ha megfigyeljük egy mai gyermek napi rutinját, azt láthatjuk, hogy Disney figurás pizsamában ébred, az ágyneműjén egy levédett rajzfilmhős*

látható, a kedvencei díszítik a fogpasztáját, a reggeli gabonapehely dobozát. Aztán felveszi a Ben10-es táskáját és irány az iskola, ahol ez a sorozat folytatódik.” – (Arif, 2012, 4/2).

Marc Steinberg azt vizsgálta, hogy egy rajzfilmszereplő népszerűségére milyen mértékben hat az őt ábrázoló termékek elérhetősége. Elemzi a gyermekek csokoládé csomagolásokon, matricákon, játékokon vagy más hasonló tárgyakon megjelenő karakterekhez való viszonyát. Megállapítása szerint, mivel a gyermekek az eredeti kontextusukban megjelenő hősökhöz érzésekkel fordulnak, az ilyen árucikkek is személyessé válnak a számukra. Ezáltal egy új szocializációs-kommunikációs forma jöhet létre, amelyet Steinberg a tárgyak általi kommunikációnak nevez (Steinberg, 2009).

b. AZONOSULÁS A RAJZFILMHŐSSEL

David Morley három kategóriát, dekódolási típust különít el az alapján, hogy a gyermekek hogyan értelmezik a médiában és rajzfilmekben megjelenő karaktereket. *Uralkodó* típusba sorolja azokat, akik a rajzfilmszereplők dekódolásában csak a média által felkínált mintákat használják. Ők vannak a legjobban kitéve a médiamanipuláció veszélyeinek. Az *egyezkedő* típusba azok tartoznak, akik az egyértelmű, maguktól értetődő struktúrákat már saját értelmezési mintáikkal is kiegészítik. Ennek veszélye az üzenet torzulása. Az *elutasító* kategóriába tartozók pedig teljes mértékben szembemennek a média által felkínált értelmezési struktúrákkal (Morley, 1999).

Morley reprezentációs tipológiáját továbbgondolva, Kassay Réka 2013-as kutatásában három olyan azonosulási típust határozott meg, amelyek szerint a gyermekek életükben reprezentálják a rajzfilmek hőseit. Az *azonosuló* típus azokat a hős-megjelenéseket foglalja magába, amelyek külső forrásból származnak, többnyire kereskedelmi céllal jöttek létre, és amelyet a gyermek saját maga tett személyessé. *Módosító* reprezentáció történik, ha a gyermekek egy teljesen új megjelenési formát adnak kedvenc hősüknek, vagy saját eszközeikkel egészítik ki a hősök megjelenését. Például, amikor a hős szerepébe bújva játszanak, új történeteket találnak ki, saját játékaikkal idézik meg a hőst. A harmadik típus pedig a *passzív* reprezentáció, amikor a médiafogyasztáson kívül a hős egyáltalán nem épül be a gyermek életébe (Kassay, 2016).

VI. HASONLÓ TÉMÁJÚ KUTATÁSOK BEMUTATÁSA

1. Dévai Margit utánkövetéses vizsgálattal, a Tennessee önképvizsgáló skálát felhasználva figyelte meg 9-14 éves gyermekek önképének alakulását. Vizsgálatai azt mutatták ki, hogy ebben a korban a gyermekek többnyire negatívan gondolkodnak önmagukról (Dévai, 1988).

2. Réthy Endréné kutatásában a gyermeki önképet és a szülői gyermekképet interjúk által mérte fel és hasonlította össze. Elemzéséből kiderül, hogy a gyermek különböző tulajdonságjegyei eltérő módon tükröződnek a szülők, illetve a gyermekek szemében (Réthy, 2003).

3. Jakab György 2011-es felmérése arra a jelenségre mutatott rá, miszerint a 4-14 év közötti gyermekek televízióhasználata átlagosan napi 188 perc, amelyet nagymértékben a tematikus, gyermekeknek szánt csatornák uralnak. Emellett kimutatta, hogy a Cartoon Network csatorna műsorainak fele olyan emberfeletti képességekkel rendelkező hősöket szerepeltet, akik bár az igazság mellett harcolnak, mégis, a jó cél érdekében erőszakos, agresszív viselkedést és durva eszközöket alkalmaznak. Megfigyelhető, hogy az idő haladtával a műsorok mindinkább félelemkeltő, illetve agresszív elemeket jelenítenek meg, ezzel igyekezve a fogyasztók televízió előtt eltöltött idejét növelni (Jakab, 2011).

4. Jakab egy másik, a 8-14 éves korosztályt érintő felméréséből kitűnik, hogy kiket tekintenek példaképüknek a fiatalok, valamint kik azok, akiknek a véleménye, életmódja, életstílusa mértékadó számukra. Az eredmények azt mutatják, hogy a legtöbb megkérdezett fiatal nem tudott meghatározni egy ilyen személyt, sokan szüleik egyikét tartják példaképüknek (22%). A 8-11 éves gyermekek viszont nagyobb arányban tudnak megnevezni példaképet, követendő személyt, ennek aránya 12 év után egyre csökken. A kutatás eredményei továbbá arra világítottak rá, hogy ebben a kérdésben a nemek között nincs különbség (Jakab, 2011).

5. Pór Fruzsina 2020-ban végzett kutatásában azt vizsgálta, hogy van-e összefüggés a gyermekkori „álom” és a hivatás megélése között. Feltételezése szerint azt állítja, hogy a gyermekkori legbelsőbb vágyak valóban hatnak a felnőttkori munkavállalásra és a munka megélésére. Kutatását kvalitatív módszerrel végezte, eszköze a félig strukturált interjú volt, amelyet kérdőíves felméréssel egészített ki. A célcsoport munkavállaló egyetemisták, valamint a már több éve dolgozó felnőttek voltak. Noha kutatásában csak 31 személlyel folytatott személyes beszélgetést, ami lényegesen kevésnek bizonyul az általános következtetések levonásához, eredményeiben szépen kirajzolódik, hogy azok a résztvevők, akik a munkájukat hivatásként élik meg, többnyire segítő vagy művész szakmában dolgoznak

és ha pontosan még nem tudták, de már gyermekkorukban érezték, hogy mivel szeretnének felnőttként foglalkozni. Sok résztvevőt a gyermekkori állatok vagy könyvek iránt érzett szeretet vezetett a hivatása megtalálásához. Az interjúk inkább esettanulmány számba vehetőek, az általánosabb érvényű eredményekhez jóval több adat szükséges, de kutatásunk vonatkozásában azért olyan érdekes, mert problémakérdésünket teljesen másik oldalról, a felnőttek szemszögéből közelíti meg (Pór, 2020).

6. Erdei Mária és Szűcs Sára 3.–4. osztályos gyermekek médiahasználati szokásait és ezeknek a viselkedésére gyakorolt hatásait vizsgálták. Az elmúlt évben végzett kutatásban kvantitatív módszerekkel dolgoztak, a felméréshez online kérdőívet használtak, melyet 53 szülő töltött ki gyermeke médiahasználati szokásairól. Körülbelül a célcsoport fele fiú és fele lány, valamint hasonló arányú az életkor szerinti eloszlás is. A kutatás szembesít olyan médiafogyasztói problémákkal, mint az interneten leselkedő veszélyek, az életkornak nem megfelelő tartalmak fogyasztása, az elektromos eszközök „bébiszitterként” történő alkalmazása, valamint az internetes játékok és az online oktatás következményei. Ezek tükrében vizsgál három problémakérdést. A kutatás a következő eredményekhez vezetett: a vizsgált családok 98 százalékában a gyermekek által is leggyakrabban használt médiaeszköz az okostelefon és a televízió, ezt követi a laptop, a számítógép, végül pedig a táblagép. A gyermekek átlagosan napi egy-két órát töltenek az okoseszközök használatával, 75 százalékuk pedig felügyelet nélkül. A harmadik lényeges megállapítás az, hogy a résztvevő szülők 90 százaléka már megfigyelte, hogy gyermeke agresszívbabban viselkedik a médiahasználat után, azonban a gyermekek tanulási eredményeire nem gyakorol negatív hatást (Erdi & Szűcs, 2022).

7. Kassay Réka 2013-ban 40 kolozsvári és tordaszentlászlói család, elemi iskolás gyermekek, szülők és tanítók bevonásával, iskolai tevékenységek, megfigyelések és strukturálatlan interjúk módszerével tanulmányozta a 7-10 éves korú gyermekek aktív mesefogyasztói szokásait. A közel 300 mesereprezentációs eset tanulmányozásával feltérképezte a gyermekek mesehős-interpretációit, valamint meghatározta a mesehős-reprezentáció három típusát: az azonosuló, a módosító és a passzív reprezentációt. Olyan problémákra kereste a választ, mint a mesehősök megjelenése a gyermek életében, a merchandising által felkínált megjelenési formák személyessé tétele, a gyermekek szociális beágyazottsága és a mesehős karakterisztikája közti viszony, a kereskedelmi célú mesehősreprezentációkkal való azonosulás, vagy a gyermekek sajátos hozzájárulása a mesehős megjelenítéséhez. A mesehősök nemével kapcsolatban megállapítja, hogy sokkal több a kedvencek között a fiú mesehős, továbbá nemek szerint érdekes ellentét rajzolódik ki abban,

hogyan viszonyulnak mások kedvenceihez: a tordaszentlászlói fiúk kevésbé toleránsak a lányok kedvenceivel, míg a kolozsvári fiúk már nagyobb arányban neveztek meg akár kedvencként is női szereplőt. A kutatás legfontosabb eredménye, hogy a mesehős reprezentációjának és a vele való azonosulásnak legfontosabb tényezője a szülők médiafogyasztói szokásai, amely kiegészül olyan tényezőkkel, mint a végzettségi szint vagy a lakóhely. Minél magasabb a médiatudatosság a családokban, annál gyakoribb a kedvenc mesehős módosító módon történő reprezentációja, viszont minél kevésbé médiatudatos a családi környezet, annál magasabb a passzív kategóriába tartozó gyermekek aránya (Kassay, 2013).

A kutatások összefoglalásáról készült metaanalitikus táblázat az *1. mellékletben* látható.

B. A KUTATÁSI RÉSZ

I. A KUTATÁS BEMUTATÁSA

Kutatásunkban az erdélyi kisiskolások önképét vizsgáltuk összevetve a körükben népszerű mese- és rajzfilmhősök példamutató szerepével. Kérdésünk tehát az, hogy milyen kapcsolat fedezhető fel a gyermek által kedvelt mese- és rajzfilmhősök, valamint önképük és jövőképük között?

A kérdés vizsgálata korunk társadalmi problémái terén is jelentőséggel bír, hiszen a 21. században egyre változatosabb értékeket képviselő rajzfilmek és mesék jelennek meg, így a szülőknek és pedagógusnak jóval tudatosabbnak kell lenniük a meseválasztásban. A jól megválasztott mesék segítenek a gyermekek morális fejlesztésében, ezáltal későbbi értékválasztásában is.

Az előzőekben bemutatott elméletek feltárják a médiafogyasztás gyermekekre gyakorolt veszélyeit, ugyanakkor azt is kiemelik, hogy az intenzív és sokszínű ingerhatás miatt a gyermekek könnyen valósnak vélik a rajzfilmben vagy médiában ábrázolt világot (Kósa, 2004). Ebből a szempontból közelítve, a gyermek egyértelműen könnyebben azonosul a rajzfilmhőssel, viszont a mesekutatók elméleteiből az rajzolódik ki, hogy az élő mesélés folyamata által válik képessé a gyermek a hőssel való erős érzelmi azonosulásra (Kádár, 2013). Korunk társadalmi kihívásaihoz igazodva, kutatásunkban a mesék és rajzfilmek szereplőiről egyaránt kérdeztük a gyermekeket. Arra kerestük a választ, hogy a mesék és rajzfilmek, valamint ezek hősei az érzelmi befolyáson túl hogyan hatnak a gyermek önképére és jövőképére.

Kutatásunk központi feltevése, hogy a kedvenc szereplő jelleme hatással van a gyermekek önképére, és ezzel egyidőben a jövőbeli, ideális önképére is. Feltételezésünk szerint az, ahogyan a gyermek önmagát látja összefügg azzal, ahogyan a kedvenc hősére tekint, ez pedig a hőssel való azonosulásban mutatkozik meg. Az azonosulás létrejöhet amiatt, mert a gyermek hasonlónak érzi magát kedvencéhez, de amiatt is, mert épp hiányosságainak ellentétét véli a hősben felfedezni, így a hős egy fejlődési irányt szabhat számára. Ezért kutatásunkban külön kitértünk a gyermek önjellemzésére, vágyott tulajdonságaira és ezeket hasonlítottuk össze azzal, ahogyan a gyermek kedvenc hősét látja.

Ahogy az elméletek bemutatásában láthattuk, az azonosulás egy érzelmeken alapuló folyamat, ezért kutatásunkban a gyermekek hőssel való azonosulásának mutatójaként a kutatási résztvevők hős iránti érzelmeit használtuk. Továbbá feltevődik a kérdés, hogy ha a szülőkkel való azonosulás alapja a félelem, melynek feloldása a szerepjátékkal történik, akkor vajon a mesehőssel való azonosulás oka is a gyermek félelme és szorongása lehet? Ha a gyermek a kedvenc hős szerepébe bújva játszik el egy-egy jelenetet, vagy képzeletben úgy próbál viselkedni, mint ő, akkor feltételezésünk szerint gátlásait, félelmeit próbálja magában leküzdeni. Kutatásunk erre a kérdésre külön kitér.

A kutatási módszer és a résztvevők bemutatása

A kutatást kérdőíves felmérés módszerével végeztük, melyet Erdély és Partium különböző régióiba juttatunk el második és harmadik osztályos tanulókhoz. A tanítókkal előzetesen egyeztetünk a kutatás témájáról és menetéről. A kérdőíveket nyomtatott formában kapták meg a gyermekek és egy tanórai foglalkozás alatt töltötték ki az osztállyal együtt haladva, de mind egyéni válaszokat adva. Felmérésünket összesen négy megyében végeztük el 350 gyermekkel, ebből 320 kitöltött kérdőívet tudunk felhasználni az eredmények elemzésénél. Kolozs megyéből Kolozsváron, Bihar megyéből Nagyváradon és Élesden, Hargita megyéből Csíkszeredában, Székelyudvarhelyen és Alsósófalván, illetve Szilágy megyéből Magyargoroslón és Szilágyballán végeztünk kérdőíves felmérést. Elsődleges célunk volt a széleskörű kutatás végzése, mivel úgy gondoltuk, hiteles adatokat akkor kapunk, ha több, különböző elhelyezkedésű és népességű települést választunk.

Célcsoportunk második-harmadik osztályos tanulók voltak, hiszen ők azok, akikhez még közel állnak a mesék, de már ki tudják magukat fejezni írásban. Mindezek mellett szempont volt az is, hogy a rajzfilmekkel kapcsolatos, felhasznált szakirodalom is a 7-10 éves korosztályt célozta meg. Ebből kiindulva mi a nyolc-, kilenc- és tízéves tanulókkal végeztük a felmérést; így a résztvevők életkori megoszlása a következő: 15,5%-a nyolcéves, 48,4%-a kilencéves, 36,1%-a pedig tízéves. Az átlagéletkor tehát 9,2 év. A megkérdezettek 44,1%-a fiú, illetve 55,9%-a lány.

A kérdőív, mint kutatási eszköz bemutatása

Az általunk készített kérdőív egyszerű, feleletválasztós kérdésekből állt, viszont tudatosan beépítettünk néhány nyitott, kifejtős választ igénylő kérdést is. Az általános demográfiai adatok megadása után, négy nagyobb témakörbe csoportosítottuk kérdéseinket.

Ezek a következők voltak: kedvenc mesehős, kedvenc rajzfilmhős, önkép és jövőkép, valamint azonosulás a kedvenc hőssel. Fontosnak tartottuk, hogy a kutatásban külön kitérjünk a rajzfilmek és a mesék hőseire, ezért a gyermekek mindkét témakörön belül meg kellett nevezzék a kedvencüket, kifejtős válaszként meg kellett fogalmazniuk, hogy miért szeretik őket, majd egy 27 elemű tulajdonságlistáról kellett 5 olyan tulajdonságot választaniuk, amelyek szerintük legjobban illenek hőseikre.

Ezt követően azt vizsgálva, hogy hogyan látják magukat a gyermekek a jelenben és a jövőben, egy ugyanilyen listáról kellett kiválasztaniuk azokat a jellemzőket, amelyek megítélésük szerint jelenlegi énjükre illenek, valamint azokat, amelyekkel a jövőben rendelkezni szeretnének. Végül a harmadik témakör utolsó kérdéseként, arra a kérdésre kellett válaszolniuk, hogy „Mi leszel, ha nagy leszel?” Az erre a kérdésre adott válaszokat a következő kategóriákba soroltuk: segítő szakmák (orvos, ápoló, tanár, gondozó, rendőr, tűzoltó stb.), művész és sportoló szakmák (festő, író, énekes, táncos, sportolók stb.), szolgáltatók (kereskedelmi és mezőgazdasági foglalkozások, eladó, kozmetikus, taxisofoőr stb.), irodai és ügyviteli foglalkozások (könyvelő, titkár, ügyvéd, titkos ügynök, fordító, nyomozó, exopolitikus stb.), műszaki, informatikai és természettudományi foglalkozások (mérnökök, építész, informatikus, játékfejlesztő, űrhajós, fizikus stb.), valamint családban való szerepvállalás (anya, apa).

A negyedik témakörben pedig arra voltunk kíváncsiak, hogy a megnevezett hősekből a gyermek melyikkel azonosul jobban, valamint az azonosulás mélységét is igyekeztünk feltérképezni. A gyermeknek el kellett döntenie, hogy melyik az a hős, amelyik szívesebben lenne, majd ezután egy listából kellett a hőshöz kapcsolódó érzelmét kiválassza. A már korábban is használt tulajdonságlistából először öt olyan tulajdonságot kellett válasszon, amelyben szeretne kedvencére hasonlítani, majd öt olyat, amelyben egyáltalán nem akar olyanná válni, mint a hős. Végül az azonosulás mélységi szintjét és a hős reprezentációkat – a gyermek életében való megjelenési formáit – vizsgáltuk: a gyermeknek egy skálán kellett bejelölnie a megadott kijelentések előfordulását (nem, talán, igen — a IV. témakör 5. feladata kérdőívben).

A tulajdonságlista elemei: őszinte, bátor, félénk, tisztelettudó, ellenszegülő, durva, segítőkész, kapzsi, becsületes, kíváncsi, gondoskodó, megbízható, humoros, hiszékeny, kitartó, alattomos, nagyravágyó, önfeláldozó, hazug, igazságos, zsugori, szorgalmas, okos, makacs, feledékeny, csintalan, figyelmetlen (a feladataiban és másokkal szemben).

Az érzelmek listáján a következők szerepeltek: szeretet, csodálat, öröm, irigység, undor, gyűlölet, harag, félelem, szomorúság, sajnálat.

Az azonosulás mértékére és a hősreprezentációra vonatkozó kijelentések pedig ezek: Szoktam a kedvenc mesehőssémmel álmodni; Szoktam vele képzeletben beszélgetni; El szoktam képzelni, hogy ő vagyok; Volt már olyan, hogy farsangkor az ő jelmezét vettem fel; Vannak olyan tárgyait, játékaikat, amin rajta van; A barátaimmal el szoktuk játszani a mese jeleneteit; Néha igyekszem úgy viselkedni, mint ő.

Az adatok feldolgozásához a százalékos kimutatásokból kiindulva leíró statisztikát alkalmaztunk.

Hipotézisek

A négy témakör mind a 14 kérdése elemezhető külön is. A kutatás értelmezéséhez és az eredmények minél szélesebb körű elemzéséhez alhipotéziseket fogalmaztunk meg. Ezek a következők:

➤ Feltételezzük, hogy sok esetben kedvenc mese- és rajzfilmhősként is egyazon szereplő lesz megjelölve, hiszen a mai társadalmi kontextusban, habár a rajzfilmek és mesék elhatárolódnak, mégis sok esetben hasonló történeteket ábrázolnak.

➤ Feltételezéseink szerint egyaránt fognak a válaszok között megjelenni modern és klasszikus hősök, melyekkel a gyermekek akár az iskolában is találkozhattak.

➤ A hősök jellemzésekor a válaszadók többnyire pozitív jelzőket fognak megjelölni, ugyanis pont ezen jó tulajdonságok miatt válnak a hősök kedvessé és példaértékűvé a gyermekek számára.

➤ Az azonosulással kapcsolatos előfeltételezésünk szerint a válaszadók nagy százaléka fogja a rajzfilmhőst megjelölni kedvencként. (Hiszen a 21. századi gyermekek sokkal gyakrabban találkoznak képileg megjelenített, animált történetekkel, valamint az ingergazdag rajzfilmek a valóság érzetét keltik a gyermekben).

➤ A hőssel kapcsolatos érzelemként főként a szeretetet, örömet és csodálatot jelölik majd be, ugyanis ezek a tulajdonságok köthetőek pozitívan a kedvenc hőshöz, és a kedvenc kiválasztásában is ezek játszanak döntő szerepet.

➤ A gyermekek nagy százaléka fog olyan tárgyakkal rendelkezni, amelyen kedvenc hőseik szerepelnek, mivel manapság a gyermeket célközönségül használó tárgyak piacán rengeteg olyan termék készül, amely mesehősöket ábrázol. A használati tárgyakon ábrázolt szereplők pedig erősítik a hőshöz való érzelmi kötődést és az azonosulást.

➤ Feltételezzük, hogy sok válaszadó szokta elképzelni, hogy egy-egy élethelyzetben ő maga a hős, hiszen a szerepek felvétele segíthet a gyermekeknek félelmeik és szorongásaik leküzdésében. Továbbá a válaszadók nagy százaléka fogja bejelölni, hogy szokott úgy viselkedni, mint kedvence, hiszen az utánzás ebben a korosztályban már nemcsak egy tudattalanul működő folyamat, hanem egy tudatos törekvés, mely lehetővé teszi, hogy a gyermek olyanná, legalábbis hasonlóvá váljon, mint modellje.

➤ A „mi leszel, ha nagy leszel?” kérdésnél a lányok több segítő szakmát és családdal kapcsolatos foglalkozást fognak megnevezni, mint a fiúk, akik inkább a mérnöki vagy szolgáltató szakmák felé orientálódnak.

➤ Kis mértékű lesz az egyezés azon tulajdonságok között, amelyekkel a gyermek jelenleg jellemzi magát, illetve a jövőben szeretne rendelkezni, ugyanis mindenki új tulajdonságokat kíván elérni és fejleszteni a jövőre nézve. Emellett a vágyott önkép a jelenlegihez viszonyítva sokkal pozitívabb attribútumokkal bír, egyrészt azért, mert a gyermek önértékelése még sok esetben nem elég erős, másrészt viszont a jövőképet mindig egy pozitív irányú fejlődési vágy, törekvés határozza meg.

➤ Mindezek mellett feltételezzük, hogy a mese- és rajzfilmhősök valóban mintául szolgálnak specifikusabb nemi szerepek elsajátításában és ezzel egyidőben a gyermek éniideáljának felépítésében. Ennek bizonyítására a gyermek vágyott tulajdonságait vetettük össze a hős tulajdonságaival és azokkal a jellemvonásokkal, amelyekben a gyermek szeretne hősére hasonlítani.

A kérdőív bizonyos kérdéseinek összehasonlítása feltárja a kutatásunk változói közötti összefüggéseket. A témánk szempontjából öt ilyen kapcsolatot, összefüggést határoztunk meg és vizsgáltunk külön-külön: az önkép és az ideális, jövőbeli önkép összehasonlítása a gyermek jelenlegi és vágyott tulajdonságai mentén; a gyermek jelenlegi önképének összehasonlítása a kedvencéről alkotott képpel (hősképpel); az ideális önkép és a hőskép összehasonlítása; az ideális önkép összehasonlítása azokkal az attribútumokkal, amelyekben a gyermek szeretne hősére hasonlítani; valamint a kedvenc hős sokrétűbb elemzése oly módon, hogy a hősképet

azokkal a tulajdonságokkal hasonlítjuk össze, amelyben a gyermek nem szeretne kedvencére hasonlítani. Az összehasonlítások a következők:

1. Összefüggés: Az énkép és az ideális énkép, jövőkép összehasonlítása

A gyermek jelenlegi önképe és ideális, jövőbeli képe közti magas egyezés azt jelenti, hogy a gyermek elégedett azzal, ahogy jelenleg látja magát, másrészt a már meglévő tulajdonságaiban szeretne még a továbbiakban is fejlődni.

2. Összefüggés: Az énkép és a kedvenc hősről alkotott kép összehasonlítása

A gyermek önjellemzésében és hősjellemzésében egyaránt megjelenő tulajdonságok a gyermek hőssel való azonosulására utalnak. Ha sok tulajdonság megegyezik az önkép és hőskép között, akkor a gyermek a közös jellemvonások, azaz a hasonlóság érzése miatt tud hősével azonosulni.

3. Összefüggés: Az ideális énkép és a hőskép összehasonlítása

A vágyott tulajdonságok összehasonlítása a hős tulajdonságaival azt tárja fel, hogy a gyermek énídeálja mennyire kapcsolódik kedvenc szereplőjéhez. Magas egyezés esetén a kedvenc hős attribútumai egyértelműen befolyásolják azt, ahogy a gyermek a jövőben szeretné magát látni. Fontos kiemelni, hogy amikor a gyermek a hős tulajdonságait jelöli be, csak a kedvencét jellemzi és abban a tekintetben, hogy milyen szeretne lenni, nem tudatosan választ.

4. Összefüggés: Az ideális énkép összehasonlítása a hősrre való hasonlítással

Az ideális önkép további tényezője a hős hasonmásává való válás, illetve az erre való törekvés. Ha magas az egyezés a gyerek vágyott tulajdonságai és a hősrre való hasonlítás között, akkor elmondható, hogy a hős valódi példaképként, modellként él a gyermekben, azaz egy mintát állít énídeálja elérésében. Amikor azt kell a gyermeknek bejelölnie, hogy miben szeretne a kedvencére hasonlítani, már a jövőbeli önkép vetületében is egy tudatos választás történik.

5. Összefüggés: A kedvenc hős összevetése azokkal a jellemzőkkel, amelyekben a gyermek nem akar a hősrre hasonlítani

Nagyon sok esetben a népmesék idealizálják a hőst, ez hozzásegít ahhoz, hogy a gyermek is egy teljes mértékben idealizált képet állítson fel a kedvencéről. A népmesékkal ellentétben a kortárs mesékben megjelenik már a hős lelki vívódásának motívuma, és ezáltal a

hős jellemfejlődése is (Csiszér & Szabó). A gyermekek a bennük élő idealizált hőskép miatt először csakis pozitív tulajdonságokat jelölnek meg, ha kedvencükre gondolnak. Kevésbé előnyös, negatív tulajdonságokat csak akkor tudnak megnevezni, amikor a feladat követelménye konkrétan a hős sokrétűbb vizsgálatát követeli meg.

II. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA ÉS ÉRTELMEZÉSE

Az eredmények komplex értelmezéséhez elsősorban a kérdőív négy témaköre mentén mutatjuk be és értelmezzük a kutatás adatait. Ezt követően a kutatás változóit hasonlítjuk össze a már bemutatott öt szempont szerint, és az így kapott összefüggéseket vizsgáljuk.

I. Témakör: A kedvenc mesehős

Arra kértük a gyerekeket, hogy nyílt válaszban nevezzék meg a kedvenc mesehősüket, magyarázatként kiemeltük, hogy egy olyan műből válasszanak, amit olvastak, vagy valaki olvasott nekik. Irányként csak annyit adtunk meg, hogy választhatnak szereplőket népmeséből, tündérmeséből, állatmeséből vagy bármilyen regényből. A válaszok során legtöbbször említésre kerültek: Rumini (22 válasz), Csipike (15 válasz), Geronimo Stilton (14 válasz), Greg Hoffer (12 válasz) és Mátyás király (11 válasz). Továbbá többször előfordultak a következő szereplők: Harry Potter, Pókember, Ludas Matyi, Mirr-Murr, Kiscsacsi, Sirály, Vuk, Micimackó, Piroska, *A kőlevesben* szereplő katona, Tina, Tea Stilton. Következtetésként levonható, hogy a válaszokban egyszerre jelentek meg a klasszikus népmesék és kortárs művek és ifjúsági regények szereplői is. 60 válaszadó lány, 127 fiú és 139 pedig állat karaktert nevezett meg.

A résztvevők rövid érveléssel kifejtették, hogy miért szeretik a megnevezett hőst, válaszaikat kategóriákba soroltuk. A leggyakoribb okként, amiért különösen szeretik a szereplőt, belső tulajdonságot neveztek meg (68,3%) Ilyen tulajdonságok voltak az okos, vicces, aranyos, menő. Többen (22,9%) a történetet, a mese cselekményét emelték ki: „sok kalandban vesz részt”, „sok barátja van”, „az a kedvenc kajája, mint nekem”. Kevesebben említettek külső tulajdonságokat (4,1%), külső vonatkozást (2,8%) illetve a képességeket, vagy a karakter szerepét (1,9 %). Ezt a 3.1. melléklet ábrázolja.

A mesehősök kiválasztási szempontjai alapján eltérés figyelhető meg a lány és a fiú kitöltők válaszai között. A kiválasztási szempontokat kategóriákba soroltuk, melyeknél általában egyenlő volt a fiúk és lányok válaszainak aránya. A mesehősök esetében, egy

kategóriában mégis nagy különbség mutatkozott a beérkező válaszok között: a belső tulajdonság alapján kiválasztott kedvenceknél, a lányok közül 128-an, míg a fiúk esetében 90-en választottak e szerint. A válaszok eloszlását lásd a *3.1 mellékletekben*.

A mesehős öt tulajdonságának kiválasztásában szabadon válogathattak a pozitív, negatív vagy semleges érzettel társított jellemzők között, ám az eredmények begyűjtése után egyértelműen kijelenthető, hogy az általában pozitívnak asszociált, példaértékű attribútumok fordultak elő. A csatolt táblázatból leolvashatók a pontos százalékok tulajdonságonként. Leggyakrabban választottak: bátor (64,4%), segítőkész (53,4%), kíváncsi (41,9%), kitartó (38,1%) és okos (38,1%). Ezek mind olyan jelzők, amelyek által idealizáljuk a hőseket.

II. Témakör: A kedvenc rajzfilmhős

A kedvenc rajzfilmhős megnevezésében, a gyermekek a világ bármely rajzfilméből választhattak. A leggyakrabban előforduló hősök: SpongyaBob (22 válasz), Jerry (19 válasz), Pókember (18 válasz), Elza (15 válasz) Tom (12 válasz). Gyakran fordultak elő a következő hősök is: Lincoln, Micimackó, Scooby Doo, Gumball, Mirabe, Belle, Aranyhaj, Szilaj, Pirula Panda, Garfield. A megnevezett hősök skálája igen széles, melyek között egyaránt szintén megjelennek a kortárs és a régebbi megjelent rajzfilmek karakterei is. Vannak egyezések a mesehősök és a rajzfilmhősök között, például Mátyás király, Csipkerózsika és Piroska egyaránt kedvenc az írott és animált mesékben.

A kedvenc rajzfilmhősök kiválasztásának indoklását is a már bemutatott módon soroltuk kategóriákba. A válaszadók 75%-a belső tulajdonság miatt, 12%-a mese cselekménye miatt, 8%-a külső tulajdonságok miatt, 9% a hős szerepe miatt és 3% külső vonatkozás miatt választotta kedvencét. A mesékhez képest többen választották a belső értékek miatt és minden más tényező kevesebbszer jelenik meg. Az adatok kiolvashatók a *3.2. mellékletből*.

A rajzfilmhősöknél 18-cal többen választottak lányok belső értékek szerint, és sokaknak a külső tulajdonságok azok, amik alapján kedves lesz számukra a karakter. A fiúk inkább választottak aszerint, hogy milyen szerepet tölt be az adott hős. A válaszok eloszlását lásd a *3.2 mellékletekben*.

A rajzfilmhősök jellemzésében a legtöbben a bátor, segítőkész, kitartó, kíváncsi és humoros tulajdonságokat választották, melyek szintén mind pozitív jelzők, mint a mesehősöknél. Összehasonlítva a két tulajdonságlistát nagymértékű egyezés vehető észre: a

bátor (63,6%), segítőkész (53%), kitartó (40,9%) és kíváncsi (38%) egyértelműen az élmézőnyben szerepel mindkét esetben, de a mesék esetében előforduló okos válasz kissé visszaesett a rajzfilmhősök kategóriában, ahol a humoros volt a gyakrabban megjelölt.

A mese- és rajzfilmhősök típusai, valamint a kedvencé választás oka

Összehasonlítva a mese- és rajzfilmhősök kiválasztásának szempontjait (3.3-as *melléklet*), többen választottak a mesénél a cselekménye szerint, míg a rajzfilmnél a külső szempontok szerint, itt a lányok válaszainak száma is magasabb, mint a mesehősök esetében. Ez annak köszönhető, hogy a mesékben a történeten van a hangsúly, míg a rajzfilmekben inkább a szereplők külső ábrázolása. A begyűjtött válaszokat összehasonlítva az is látszik, hogy a rajzfilmhősök esetében a fiúk magasabb arányban választottak belső tulajdonság, képesség alapján, mint a mesehősök esetében.

A statisztikai elemzések kimutatták, hogy a mesehősök esetében a fiúk és a lányok is inkább választanak állat és fiú kategóriába sorolható hőst, míg a lány szereplők háttérbe szorulnak. A rajzfilmeknél pedig az állatok kiválasztása van az első helyen, ezt követi a fiúk esetében a fiú szereplők megnevezése, a lányoknál pedig szinte egyenlő mértékben írtak fiúkat és lányokat is. Mindezt lásd a 4.1. *mellékletben*.

Korosztály szerint vizsgálva a 8 évesek az állatokat választották kedvencnek a mesékben, a 9 évesek főleg az állatokat és a fiúkat, a 10 évesek pedig hasonló arányban választottak, szintén ezekből a kategóriákból. A rajzfilmekben a 8 és 9 éveseknél az állatok magasan vezet az első helyen, míg a 10 évesek egyáltalán nem választottak állatot, náluk megjelennek egyaránt a lány és fiú karakterek is. 4.2. *melléklet*

III. Témakör: A gyermekek jelenlegi énképe és jövőképe

A válaszadók önjellemzésében az öt leggyakrabban választott tulajdonság a következők: segítőkész (56,9%), kíváncsi (55,9%), bátor (50,6%), őszinte (38,4%), humoros (34,7%). Megfigyelhető, hogy nagyrészt pozitív tulajdonságokkal jellemezték magukat a gyerekek, amely feltételezi a válaszadók pozitív önértékelését.

Az ideális énkép kérdésénél, amikor a vágyott tulajdonságaikat jelölték be a gyermekek, a következők fordultak elő a legtöbbször: bátor (54%), okos (46%), őszinte

(45,9%), segítőkéss (42,5%), illetve becsületes (39,9%). A tulajdonságok összefoglalása az 5. *mellékletben* található.

A kitöltők saját szavaikkal, nyílt válaszban fogalmazták meg, hogy a jövőben milyen szakmában képzelik el magukat. A válaszokat kategóriákba soroltuk, ezek között a legnagyobb arányban a művész/sportolót (29%), a segítő szakmát (27,8%) illetve a szolgáltatói munkát (23%) választották. A gyermekek 7,9%-a nem tudta megnevezni, mi szeretne lenni felnőtt korában. Konkrétan arra nem kérdeztünk rá, hogy milyen kapcsolatban van a munkaválasztás a hőssel, hogy elkerüljük a befolyásolás veszélyét, mégis több esetben vehető észre összefüggés. Az összes megnevezett mese- és rajzfilmhősből (összesen 630 válasz), 286 esetben állatszereplőt választottak kedvencnek. Sokak ezzel egyidőben pedig az állatorvost fogalmazták meg vágyként; vagy a gyermek kimondottan olyan hőst választott, aki szoros kapcsolatban áll az állatokkal, utólag pedig kijelenti, hogy állatorvos szeretne lenni. A gyermekek által megfogalmazott válaszokat ennek kapcsán lásd a 6-os *mellékletben*.

Voltak olyan válaszok is, amelyek egy teljesen más irányból kapcsolódnak a mesék témájához: „Író szeretnék lenni, mert a fantáziámat nagyon fejleszti.” „Mesetervező szeretnék lenni.”

A kérdésre adott válaszok nemek szerinti eloszlását a 7. *melléklet* ábrázolja. A lányok többsége a segítő szakmát választott. Egyértelműen látszik, hogy ezt nagyobb arányban választották a lányok, mint a fiúk, illetve ugyanez elmondható a művész/sportoló és a szolgáltatók szakmáiról. A szolgáltatók magas arányát az okozza, hogy sok lány szeretne a szépségiparban dolgozni. Annak ellenére, hogy a lányok többen választottak művész/sportolói szakmát, mégis a fiúk körében ez a legnépszerűbb. Ezzel szemben a fiúk kiemelkedően magas arányban választottak műszaki, informatikai és természettudományi foglalkozásokat. Továbbá a fiúk többen választottak irodai és ügyviteli foglalkozásokat, mert sokan szeretnék vállalkozók, ügyintézők lenni.

IV. Témakör: Azonosulás a kedvenc hőssel

A válaszadók 57,8%-a szívesebben azonosul az általa választott rajzfilmhőssel, míg 42,2%-a inkább a kedvenc mesehőssel. A számok nem mutatnak jelentős különbséget, ami annak tulajdonítható, hogy úgy a mesék, mint a rajzfilmek gazdag ingerhatást nyújtanak a gyermekek felé. Az utóbbi években számtalan modern, izgalmas mese és regény jelent meg, amit a gyermekek nagy szeretettel olvasnak. Az olvasás során a képzelet által életre kel a

történet, melyet a saját vágyainak fantáziaképeire alkot. Ez az intenzív belső folyamat jelentős szerepet játszik a gyermekek érzelmeinek feldolgozásában (Kádár, 2013). Épp emiatt olyan gyakori kutatásunkban is a mesehős tulajdonságaival, képességeivel, történetével való érzelmi azonosulás. A rajzfilmek olyan szinten jelentenek többletet, hogy vizuális és auditív ingereken keresztül is szólnak a gyermekhez, ezáltal realisztikus az érzékeltetés (Kósa, 2004). Habár a hipotézisünk, mely szerint az azonosulás magasabb arányú a rajzfilmhősök esetében, az eltérés nem volt olyan nagy, így az ingergazdagabb rajzfilmek nem feltétlenül segítik a gyermekek hőssel való azonosulását.

A kedvenc mesehősökhöz való azonosulás nemek szerinti eloszlásában azt figyeltük meg, hogy a fiúk és a lányok többsége is a kedvenc rajzfilmhőisével azonosul szívesebben, ezeket többen választották, mint a mesékből származó karaktereket. Az arányokat a *8.1. melléklet* szemlélteti. Az életkori eloszlást megfigyelve, a 8 évesek többsége a mesehőssel azonosulna, a 9 évesek a rajzfilmhősökkel, a 10 éveseknél pedig szinte egyenlő a választások aránya. Az életkor szerinti arányokat lásd a *8.2. melléklet*ben.

A leggyakoribb érzés, amelyet a gyermekek a kedvenc mesehőseikkel, rajzfilmhőseikkel kapcsolatban tapasztalnak, az öröm. A válaszadók 31,7% jelölte ezt meg. A történet, a mese világának a sokszínűsége, élményszerűsége okozza ezt a pozitív érzést. A második leggyakoribb a csodálat, mely 29,8%-ban fordul elő. Az eredmény várt volt, hiszen a kutatásból is kiderül, hogy többen asszociálják kedvenc mesehősüket példaképként. A harmadik legjellemzőbb érzés, amely 29,2%-ban van jelen, a szeretet. Nem véletlen, hiszen ez az a mozgatórugó, amely a gyermeket oly közel visz a hőséhez. Az olyan negatív érzéseket, mint a sajnálat a válaszadók 3,5%-a választotta, az irigységet 3,2%-a, a félelmet 1,6%-a, a haragot 0,6%-a, az undort 0,3%-a. A gyűlöletet és a szomorúságot pedig senki. Az érzések eloszlását diagrammal szemlélteti a *9. melléklet*.

Az a leggyakoribb öt tulajdonság, amelyikben a válaszadók hasonlónak szeretnék válni a hőshöz a következők: a válaszok 70,9%-ában fordul elő a bátor, 42,8%-ában a kitartó, 42,5%-ában az őszinte, 39,9%-ában a segítőkész és 36,4%-ában az okos. Megfigyelhető, hogy a gyermekek által megjelölt tulajdonságok pozitívak.

A hős sokszor idealizált képzetként jelenik meg a gyermekek gondolkodásában, képtelenek meglátni és tudatosítani a kevésbé előnyös jellemvonásaikat. Erre segít rá az is, hogy a mesék és rajzfilmek sokszor a hősök pozitív tulajdonságait eltúlozva ábrázolják. A

gyermeknek nagy tudatosságra van szükségük ahhoz, hogy képesek legyenek megnevezni hőseik kevésbé jó tulajdonságait, rákényszerülnek arra, hogy kilépjenek az idealizáló perspektívájukból, de lehetnek olyan gyermekek is, akik pont a gyengeségek miatt ismernek magukra a hősökben és azonosulnak velük. A válaszokból továbbá kirajzolódik az is, hogy a gyermekek mit tartanak negatív tulajdonságnak.

Az 5 leggyakoribb tulajdonság, amelyekben a gyermekek nem akarnak a hősökre hasonlítani a következők: félénkség (121 válasz, 40,3%), durvaság (117 válasz, 39%), makacsság (109 válasz, 36,3%), hiszékenységek (108 válasz, 36%), hazugság (101 válasz, 33,7%). Az, hogy a leggyakrabban előforduló tulajdonság a félénkség, arra enged következtetni, hogy beigazolódnak a mesepszichológusok elméletei, melyek szerint a gyermek a mesehősökkel való azonosulással saját belső féltelmeit, szorongásait küzdik le, ahogy a mesehős is önmaga gyenge énjét győzi le a mesék végére (Kádár, 2013). Nem ilyen magas arányszámmal, de előfordulnak az olyan tulajdonságok is, mint a ellenszegülő, kapzsi, kíváncsi, feledékeny, csintalan és figyelmetlen.

A kitöltött kérdőívek között számos olyan akadt, amelyben a gyermek nem tudott negatív tulajdonságot megnevezni hőséről. Bár az adatok bevezetése és kutatásunk szempontjából használhatatlanok voltak, mégis azt jelzik, hogy sok gyermek nem képes kilépni a túlzottan idealizált hősképből.

A gyermekek hét állításról döntöttek el, hogy azok mennyire igazak az ő esetükben, ezt egy skálán jelölték be igen, nem vagy talán válaszokkal. Ezzel azt mérjük fel, hogy a kedvencek milyen módon jelennek meg a gyermekek életében, és ezáltal mennyire mély a vele való azonosulás. Az eredményekből kiderült, hogy a gyermekek nagy része nem szokott képzeletbeli beszélgetést folytatni kedvencével, nem vette fel a hőse jelmezét, illetve nem szokta eljátszani a mese jeleneteit. Az állításokra adott válaszok eloszlása a *10.1. mellékletben* látható.

Meglepő eredmények születtek a hőssel való álmódás terén, ugyanis nem emelkedik ki egyik kategória sem kimondottan: 117 gyerek (36,56%) nemmel, 101 gyerek (31,56%) igennel válaszolt, 97 gyerek (30,31 %) pedig a talán választ jelölte meg. Az eredmény azért olyan érdekes, mert az előzetes szakirodalomból és elméletekből az derült ki, hogy a gyermekek erős érzelmi kapcsolat és azonosulás esetén gyakran álmodnak hőseikkel, valamint Kádár Annamária szerint a rajzfilmnézés feldolgozatlan élményei gyakran a gyermek álmában

köszönnek vissza (Kádár, 2013). A hőssel álmodás gyakoriságát láthatjuk a *10.2. mellékletben*, külön lebontva mesehősökre és rajzfilmekre. Az ábrán látszik, hogy a rajzfilmhősökkel többet álmodnak a gyermekek, ami szintén arra vezethető vissza, hogy a rajzfilmek egy kész képet adnak.

A válaszadók 47,6%-a felelt igennel arra a kérdésre, hogy vannak olyan tárgyai, amelyeken a kedvence szerepel, 17,8% nem tudott pontos választ adni, és 34,6% nem rendelkezik ilyen tárggyal. Ez azt jelenti, hogy a fogyasztói társadalomban forgalmazott használati tárgyak és a rajtuk megjelenő hősök valóban közvetlen részei a gyermekek életének.

149 gyermek (47,5%) szokta elképzelni, hogy ő maga a kedvenc hőse. Ez magasan a kiemelkedik, hiszen talált 77 gyermek (24,5%) jelölt be, nemmel pedig 88 gyermek (28%) felelt. Ebből egyértelműen kiderül, hogy a gyermekek nagyrésze képzeletben gyakran kedvencük szerepébe bújik, és elképzelik hogy ők azok. Bagdy Emőke szerint az azonosulás alapja a félelem és célja ennek feloldása (Bagdy, 2020), ugyanakkor Kádár Annamária szerint a hőssel való azonosulás teszi lehetővé, hogy a gyermek túllépjen szorongásain (Kádár, 2013), ez alapján igaz lehet, hogy a gyermekek nagy része saját félelmeit, szorongásait oldja fel képzeletben a hős szerepébe bújva.

Az azonosulás másik megnyilvánulása a gyermek viselkedése, kezdetben az utánzás tudatos irányítás nélkül történik, később viszont egyre tudatosabbá válik. A válaszadó gyermekek 49,68%-a, tehát 159 gyermek szokott úgy viselkedni, mint kedvenc hőse. Ilyenkor a hős viselkedésének átvétele valószínűleg tudatosan történik. A talán választ 105 gyermek jelölte be, ebben az esetben is történhet utánzás, de nem olyan magas szintű tudatossággal. Nemmel nagyon kevés, csak 48 gyerek, azaz 15% válaszolt. Ez azt jelenti, hogy a kedvenc hősök valóban példaképként élnek a gyermekekben és követendő viselkedési mintákat állítanak számukra, sőt mi több, ösztönzik is őket, hogy olyanná váljanak, fejlődjenek. Ezzel egy hipotézisünk beigazolódott. A *10.3. mellékletben* látható az azonosulás életkor szerinti megoszlása. Az ábrán látszik, hogy a nyolc- és kilencévesek szokták a legnagyobb arányban elképzelni magukat a hősként, míg a tízévesek kiemelkedően magas arányban igyekeznek úgy viselkedni, mint a hőseik. Ez is igazolja hipotézisünket, miszerint az életkor előrehaladtával az utánzás egyre tudatosabban megy végbe.

1. Összefüggés: Az énkép és az ideális énkép, jövőkép összehasonlítása

Vizsgáltuk, hogy a gyermek önképe mennyire van összhangban a jövőképeével. Ehhez minden kérdőívben belül összehasonlítottuk a válaszokat. Az összes eset 30,9%-ban nem volt egy azonos tulajdonság sem. Ez azt jelenti, hogy a gyermekek teljesen más tulajdonságokban szeretnének fejlődni, mint a jelenlegiek. Minimális egyezést lehetett felfedezni 140 válasz esetében, ez azt jelenti, hogy a résztvevők 44,2%-ában csak egy vagy két tulajdonság egyezett meg. 68 gyerek (21,5%) jelölt be három vagy négy egyforma tulajdonságot, és csak 11 válaszadó (3,5%) esetében egyezik meg teljes mértékben a gyermek jelenlegi önjellemzése a vágyott tulajdonságaival. Ez azt jelenti, hogy a gyermekek többsége rendelkezik személyes fejlődési célokkal.

2. Összefüggés: Az énkép és a kedvenc hősről alkotott kép összehasonlítása

Az azonosuláshoz választott hős tulajdonságait összehasonlítottuk a gyermek önjellemzésével, szintén az alapján, hogy hány tulajdonság egyezik meg. Az eredményekből kiderül, hogy csak a válaszok 9,6%-ában nincs egyezés, a gyermekek 90,4%-a jelölt meg egyforma tulajdonságokat. Ennek a feloszlása a következő: az esetek 54,6%-ában csak egy vagy két tulajdonság egyezik meg, 28,8%-ban pedig egészen magas szintű az egyezés, tehát a gyermeknek három vagy négy közös tulajdonsága van hősével. Teljes egyezés, tehát öt egyforma tulajdonság a válaszok 7%-ában fedezhető fel. Ez alapján beigazolódott az a hipotézisünk, mely szerint a gyermekek olyan hőst választanak kedvencként, és olyannal tudnak azonosulni, akikhez hasonlóan érzik magukat. Az egyezés a választott tulajdonságok gyakoriságában is megfigyelhető, hiszen a kedvenc hősnél és a gyermekek önjellemzésénél bejelölt leggyakoribb tulajdonságok többnyire azonosak: bátor, segítőkész, kíváncsi, humoros, kitartó és okos. Mindez kiderül a gyermekek kifejtős válaszaiból is, amikor azt fogalmazták meg, hogy miért szeretik hősüket. Ezt lásd a *11-es mellékletben*.

3. Összefüggés: Az ideális énkép és a hőskép összehasonlítása

Hasonló arány figyelhető meg a gyermek vágyott tulajdonságai és a hőskép összehasonlításában: az esetek 14,1%-ában nincs semmilyen egyezés, és a válaszok 85,9%-ban van. Minimális egyezés, tehát egy vagy két egyforma tulajdonság az esetek 62,1%-a, magasabb szintű egybeesés, azaz három vagy négy egyforma tulajdonság 21,5%, teljes egyezés viszont csak 2,3%. Habár nem olyan magas szintű az párhuzam, mint a jelenlegi énkép és a hőskép között, egyértelműen látszik, hogy a gyermekek ideális énképe is összefügg azzal, ahogy

kedvenc hőseikre tekintenek. Utaltunk rá, hogy amikor a gyermek bejelöli a hős tulajdonságait, nem tudatosan választ abból a szempontból, hogy mennyire akar rá hasonlítani. Az eredmények is azt igazolják, hogy az első jellemzéskor a hasonlóság érzése miatt választják kedvencnek.

Ezért jelentős, hogy a gyermek egy külön kérdésben azokat a tulajdonságokat is bejelölje, amelyekben szeretne a választott hősére hasonlítani. Itt tudatosítja csak, hogy miben tekint példaképként rá.

4. Összefüggés: Az ideális énkép összehasonlítása a hősré való hasonlítással

Kutatásunk elején azt feltételeztük, hogy a választott mese- vagy rajzfilmhősök modellként szerepelnek a gyermek tudatában, személyiségének fejlődésében követendő példát állítanak. Az ideális énképének alakulását befolyásolja a hős személyisége, illetve tulajdonságai. A kérdést úgy vizsgáltuk, hogy a gyermek vágyott tulajdonságait összehasonlítottuk azokkal a jelzőkkel, amelyekben szeretne a hősére hasonlítani. Az eredmény meglepő módon nem mutat nagy mértékű egyezést. A legtöbb gyermek esetében csupán egy vagy két tulajdonság egyezik meg (egy megegyező 28%, két megegyező 33,8%). Tehát a gyermekek egyharmada választott két megegyező tulajdonságot a két kérdésnél. Természetesen megjelenik a nagyobb megegyezés is, de nem mérvadó: 15% három megegyező tulajdonságot választott, 6% négyet, és a résztvevők 2,3%-ánál egyezik meg mind az öt tulajdonság (vagyis a létszám egy tizede). A válaszadók 14%-a esetében egy tulajdonság sem egyezik meg. Elmondhatjuk, hogy a résztvevők 86%-a meg tudott nevezni legalább egy olyan tulajdonságot amilyen szeretne lenni és egyúttal, amiben a hősére is hasonlítana, illetve 23,3%-a, a vágyott tulajdonságai több mint felében a hősére hasonlítana. Ezek az eredmények végérvényben valamilyen szinten igazolják előzetes feltevésünket, így kimondhatjuk, hogy a választott hős igenis hatással van a gyermek ideális énképének alakulására.

Megfigyelhető az egyezések mellett azt is, melyek a leggyakrabban választott tulajdonságok úgy az ideális énkép kérdésénél, mint a hőssel való hasonlításnál. A bátorság mindkét esetben nagy előnnyel a többi tulajdonság előtt jár: ideális énképnél 54%-a választotta, a hőssel való hasonlításnál pedig 70,9%-a a résztvevőknek). Jelentős párhuzam észlelhető, hiszen hangsúlyos, hogy a hősök bátorsága a leginkább példászerű a gyermekek számára. A tulajdonságok közül még az őszinteség, okosság, segítőkészség, kitartás is gyakran megjelenik mindkét kérdés válaszai között (több, mint az esetek egyharmadában).

A szöveges válaszokban is megfigyelhető, hogy a hős valóban példaképként él a gyermekben: „Azért szeretem őt, mert nagyon menő, és olyan akarok lenni nagykoromban” (Maugli). „Azért szeretem őt, mert az erősségben a példaképem” (Thor). „Mert példaképem volt, jól harcol, vakmerő” (Obi wan kenobi).

5. Összefüggés: A kedvenc hős összevetése azokkal a jellemzőkkel, amelyekben a gyermek nem akar a hősrre hasonlítani

Ahhoz, hogy átfogóbb képet kapjunk a gyermekek által kedvelt hősekről, összehasonlítottuk a kedvenc hős tulajdonságait, a gyermek által negatívnak vagy haszontalannak ítélt jelzőkkel. Ahogy azt feltételeztük, a válaszadók az első kérdésre, a hős jellemzésekor többnyire csak pozitív tulajdonságokat jelöltek meg, a hős kevésbé előnyös tulajdonságainak bejelölésére csak akkor került sor, amikor a kérdés ezt követelte meg. A százalékbán kifejezett eredmények is ezt igazolják: a válaszok több mint felében, 59,4%-ában nincs egyezés a választott hős első jellemzése és azok között a tulajdonságok között, amelyekben a gyermekek nem akarnak kedvencükre hasonlítani. A válaszok 43,6%-ában viszont található egyezés a két változó között, ebből viszont csak 7,2%, amikor viszonylag sok, három, négy vagy öt tulajdonság egyezik, maximális egyezés ráadásul csak egy válaszadó esetében volt megfigyelhető. Ez azt jelenti, hogy a gyermekek szinte fele már a hős első jellemzésekor is minimálisan jelöltek be olyan tulajdonságokat, amelyek a szemükben nem feltétlen követendő, viszont a legtöbb esetben nagyon alacsony mértékű az egyezés, csak egy vagy két tulajdonság esetében fedezhető fel.

III. A KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÖSSZEGZÉSE

Kutatásunkat összevetettük egy 9 évvel ezelőtti szintén Erdélyben végzett kutatással, melynek témája is hasonló: a mesehősreprezentációkról szól. Kassay Réka a „*Digitális hősök*” — a példaképek és „kedvencek” a Kolozsváron és környékén élő magyar kisiskolások életében című kutatásával összehasonlítva eredményeinket számos különbség figyelhető meg a kedvencnek jelölt szereplők között. Kutatásának eredményében, ebben a korosztályba tartozó lányok előszeretettel választották Barbiet, mint legkedveltebb karaktert, nálunk azonban csupán hárman írták őt válaszként. Bemutatta azt az elméletet, miszerint a 2-5 évesekre jellemző az állatmesék, az 5-8 évesekre a varázsmesék, és a 9-12 évesekre pedig a kalandmesék választása. Eredményeiben azonban nála is cáfolódik ez az elméleti behatárolás (Kassay, 2013), illetve a hozzánk beérkező válaszok közt is volt példa minden kategóriára.

Kutatásunk legfontosabb eredménye, hogy a mesék és rajzfilmek szereplői valóban példaképként jelennek meg a nyolc – tízéves gyermekek életében.

Az elemzésekből az is kiderült, hogy a hőskép szorosan összefügg, azzal a képpel, ahogy a gyermek látja önmagát, hiszen az azonosulás alapja a hasonlóság érzése. A gyermek tehát az alapján választ kedvenc hőst, és az alapján azonosul vele, hogy melyek a közös jellemvonásaik. Emellett a kutatási résztvevők szabadon megfogalmazott válaszaiból és az általuk bejelölt tulajdonságok összehasonlításából fény derült arra, hogy a gyermekek számára hőseik nemcsak a „hasonmásként” jelennek meg, hanem valódi ideálként, példaképként. Sok válaszadó fogalmazta meg, hogy kedvenc hőse példakép a számára, és olyan akar lenni, mint ő. A statisztikai elemzésekből pedig az derült ki, hogy míg a nyolc- és kilencévesek körében erősebb a hőssel való azonosulás (el szokták képzelni magukat a hősként), addig a tízévesek esetében nagyobb arányú a hős modellként való követése (szoktak úgy viselkedni, mint kedvenc hőseik). Ez azzal a ténnyel magyarázható, hogy az utánpótlás az életkor előrehaladtával egyre tudatosabbá válik, valamint a felnőtté válás közeledtével a gyermekek egyre inkább törekednek megfelelni ideális énképüknek.

Kutatásunk fő hipotézise, mely szerint a mese- és rajzfilmhősök összefüggnek a gyermekek önképével, és ezzel egyidőben hatnak a jövőképükre, azaz ideális énképükre, beigazolódott.

Felhasznált szakirodalom:

- Abonyi-Nagy M. (1973). Kobak stílusa. *Utunk*.
- Arif, M. R. (Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business 4/2). *Impact of Cartoon Endorsement On Children Impulse Buying og Food: a Parent's*. 2012.
- Bagdy, E. (2020). Példakép, eszmények, ideálválasztás. In E. Bagdy, *A személyiség titkai* (old.: 219-220). Budapest: Kulcslyuk Kiadó.
- Bagdy, E. (2020). Utánzás, mintakövetés, azonosulás. In E. Bagdy, *A személyiség titkai* (old.: 134-144). Budapest: Kulcslyuk Kiadó.
- Bálint, P. (2011). Identitás és népmese. In B. Péter, & C.-P. Kft. (Szerk.), *Identitás és népmese* (old.: 7-8). Debrecen: Debreceni Egyetem Gyermeknevelési és Felnőttképzési Kar, Irodalom, Kommunikáció És Kulturális Antropológia Tanszék.
- Bálint, P. (2013). *Meseértés és értelmezés*. Debrecen: Didakt Kft.
- Bálint, Z. (2009). *A Jetix gyermekcsatorna arculatváltása, a Disney Channel bevezetése*. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Bene, V. Z. (2015). Médiaelmélet. *Szegedi Egyetem*. Szeged: Szegedi Egyetemi Kiadó – Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó.
- Béres, I. & Korpics, M. (2011). *Média – kultúra – gyermekek*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, Bölcsészstudományi Kar.
- Bettelheim, B. (1976). *The Uses Of Enchantment. The Meaning and Importance of Fairy Tales*. (L. Kúnos, Ford.) New York: Alfred A. Knopf. Inc. .
- Bódis, Z. (2011). Megjegyzések a mese és az identitás kérdéséhez. In B. Péter, & C.-P. KFT. (Szerk.), *Identitás és népmese* (old.: 87-102). Debrecen: Debreceni Egyetem Gyermeknevelési és Felnőttképzési Kar, Irodalom, Kommunikáció és Kulturális Antropológia Tanszék.
- Bollókné, I. P. (1999). *Gyermek – Nevelés – Pedagógusképzés*. Budapest: Trezor Kiadó.
- Csiszér, A. & Szabó E. (dátum nélk.). A mese személyiségfejlesztő hatása. *Kádár Márton Általános Iskola*. Marosvásárhely. Forrás: <http://ccdmures.ro/cmsmadesimple/uploads/file/rev8sp/invp/invp17.pdf> /Utolsó megtekintés: 2021. 04.06.
- Dévai, M. (1988). Az önkép jellemzőinek vizsgálata 9–14 éves korban, összefüggésben egyes személyiségjellemzőkkel. . *Pszichológia*, 557-573.

- Erdei, M. & Szűcs, S. (2022. 01 11). A média hatása a kisiskolás gyermekek viselkedésére. *Módszertani Közlemények*, 61 (3), 156–164. Forrás: Módszertani Közlemények: <http://www.iskolakultura.hu/index.php/modszertani-kozlemenyek/article/view/43659>
- Freud, S. (1995). Totem és tabu. In S. Freud, *Tömegpszichológia. Társadalom-lélektani írások* (I. Szalai, & Z. Pártos, Trans., pp. 23-157). Budapest: Cserépfalvi Könyvkiadó.
- Hámori, A. (2014). A hivatás-választás etikai jelentősége. *Magyar bioetikai szemle*, 11-16.
- Hargrave, M., A. & Livingstone, S. (2009). *Harm and Offence in Media Content. A review of the evidence*. Bristol: Second Edition.
- Honti, J. (1936). Epikus néphagyomány. *Magyarságtudomány* 2. szám.
- Honti, J. (1962). A mese világa. In J. Honti, *A mese világa* (old.: 9). Budapest: Magvető Kiadó.
- Jakab, G. (2011). Szocializáció és média- a diákok és az internet. *Média/ Szocializáció*, 121-142.
- Kádár, A. (2012). *Mesepszichológia*. Kulcslyuk Kiadó.
- Kádár, A. (2013). *Mesepszichológia. Az érzelmi intelligencia fejlesztése gyermekkorban*. Kulcslyuk Kiadó.
- Kassay, R. (2013). "Digitális hősök" - Példaképek és kedvencek a Kolozsváron és környékén élő magyar kisiskolások életében. In D. H. Pál, *PHD-Konferencia 2013* (old.: 450-460). Debrecen: Balassi Intézet.
- Kassay, R. (2016). *Barbie vagy Star Wars? – Mesehős-reprezentációk az elemi osztályos gyermekek életében* (Vols. Média- és kommunikációtudományi könyvsorozat). Kolozsvár: Erdélyi Múzeum-Egyesület.
- Komáromi, G. (1999). *Gyermekirodalom*. Budapest: Helikon Kiadó.
- Kósa, É. (2004). A média szerepe a gyermekek fejlődésében. *Mindentudás Egyeteme*, 165-187.
- Kósa, É. (2007). A kisgyermekek és a média. In N. Péter, *"Párbeszéd a médiáról" konferenciasorozat – A kiskorúak védelme a médiaszolgáltatásokban* (old.: 6– 18). Budapest: Műegyetemi Kiadó.
- Kulcsár, Z. (1981). *Személyiségpszichológia*. Budapest: Tankönyvkiadó.
- Lüthi, M. (1960). *Das europäische Volksmärchen - Form und Wesen*. Bern-München: Francke.
- Marion, J., L. (2005). L'enfant et le père. *Étant donné*, 414-417.
- Megyeriné, A. R. (2018). Mese és/vagy digitális világ. *A BRUNSZVIK TERÉZ SZAKMAI NAPOK keretében szervezett -II. Nemzetközi Kisgyermek-nevelési Konferencia kötete*, (old.: 154). Vác.
- Mircea, E. (2019). *Szent és Profán*. Budapest: Helikon Kiadó.

- Molnár-Hrábcák, É. (2020). A kisiskolások önképének kialakulása, fejlődése a pedagógusok visszajelzésének tükrében. *Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Pedagógia és Pszichológia Tanszék*, (old.: 24-28). Beregszász.
- Morley, D. (1999). A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást. *Replika*, 38.
- N. Kollár, K. & Szabó É. (2004). *Pszichológia Pedagógusoknak*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Pór, F. (2020). „Mi leszel, ha nagy leszel?” *A hivatás megélése és a gyermekkori álmok*. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdaságtudományi Kar.
- Réthy, E. (2003). Gyermeki önkép – szülői gyermekkép. *Iskolakultúra*, 96-101.
- Sayer, I., M., Kristiawan, M. & Augustina, M. (2018, July). Fairy Tale as a Medium for Children's Character Cooperation. *AL-TA'LIM JOURNAL*, 25, 108-116. Retrieved from Al-Ta`lim E-Journal: 458-1359-1-PB.pdf
- Sokolova, M. V. (2011). *Modern Cartoon Characters in Children Play and Toys. Psychological Science and*. Moskow: Moscow State University.
- Steinberg, M. (2009). Anytime, Anywhere. Tetsuwan Atomu Stickers and the Emergence of Character Merchandizing. *Theory Culture Society*, 113-139.
- Szántó, S. (2000). *A mai gyermekek. A különböző karakterek megdobogtatják a gyermekek szívét*. OMIKK - nemzetközi MARKETING.
- Vajda, Z. (2014). *A gyermek pszichológiai fejlődése*. Budapest: Saxum Kiadó.