

VARIA

EETP Vol. 16, 2021, No. 4(62)
ISSN 1896-2327 / e-ISSN 2353-7787
DOI: 10.35765/eetp.2022.1764.05



Nadesłano: 9.09.2021
Zaakceptowano: 8.02.2022

Sugerowane cytowanie: Sieczych-Kukawska A., Pawlak M. (2022). *Medialne wzory osobowe i ich recepcja przez dzieci w wieku wczesnoszkolnym*, „Edukacja Elementarna w Teorii i Praktyce”, vol. 17, nr 1(64), s. 69–83. DOI: 10.35765/eetp.2022.1764.05

Aleksandra Sieczych-Kukawska

ORCID: 0000-0001-7314-1080
Uniwersytet Łódzki

Magdalena Pawlak

ORCID: 0000-0003-1178-0412
Uniwersytet Łódzki

Medialne wzory osobowe i ich recepcja przez dzieci w wieku wczesnoszkolnym

Media Personal Role Models and Their Reception by Early School-age Children

SŁOWA KLUCZE ABSTRAKT

wzory osobowe
w dzieciństwie,
fikcyjni bohaterowie
dzieci, edukacja
medialna
dzieci, edukacja
wczesnoszkolna,
edukacja
nieformalna

W związku ze wzrastającą globalnie wirtualizacją przekazów filmowych i gier, wskazane w literaturze pedagogicznej i psychologicznej procesy oddziaływania wzorów medialnych na dzieci zyskują na aktualności i wymagają uważnej reinterpretacji. Artykuł dotyczy oddziaływania medialnych wzorów osobowych na dzieci w wieku wczesnoszkolnym. Przeprowadzona analiza literatury ukazuje mechanizmy i procesy recepcji fikcyjnych wzorów osobowych z zaakcentowaniem specyfiki tych procesów w odniesieniu do dzieci w wieku 6–10 lat. Celem podjętych rozważań jest poznanie medialnych wzorów osobowych wybieranych przez dzieci i ich argumentacji. Przeprowadzona przez autorki analiza rysunków ulubionych postaci wybranych przez dzieci, uzupełniona indywidualną rozmową z dziećmi, wykazała różnorodność wybieranych wzorów oraz źródeł medialnych. Uzyskane z dziecięcych prezentacji graficznych i werbalnych dane wskazały na procesy uczenia się przez modelowanie. Wyraźna jest ewolucja w wybranych cechach osobowych wzorów i ich wartościowaniu przez dzieci. W rysunkach dominuje tendencja odtwórcza wobec obrazów medialnych. Podkreślono potencjał edukacyjny uczenia się dzieci

poprzez medialne wzory osobowe, z czego wynika konieczność uważnej obecności dorosłych – rodziców, nauczycieli – w rzeczywistości wirtualnej odbieranej przez dzieci.

KEYWORDS ABSTRACT

personal models in
childhood, fictional
children's heroes,
media education
for children,
early childhood
education, informal
education

Due to the growing global virtualization of film and game messages, the processes of influence of media models on children, which are indicated in pedagogical and psychological literature, are gaining relevance and require careful reinterpretation. The article deals with the influence of media personal role models on early school-age children. The empirical research was preceded by the analysis of literature showing the mechanisms and processes of reception of fictitious personal role models with emphasis on the specificity of these processes in relation to children aged 6-10 years. The purpose of the study was to explore children's choices of personal role models and their reasons for choosing such models. The author's analysis of drawings of the children's favourite characters, supplemented by individual conversations with the children, showed a variety of selected patterns and media sources. The data obtained from children's graphic and verbal presentations indicated learning processes based on modeling. There is a clear evolution in the choice of attributes of character models and in their valuation by children. Drawings are dominated by the tendency to reproduce media images. The educational potential of children's learning through media personal models was emphasized, which leads to the conclusion that there is a need for careful presence of adults, such as parents and teachers, in the virtual reality perceived by children.

Wprowadzenie – mechanizmy kształtowania wzorów osobowych

Wielu badaczy traktuje pojęcia 'wzór osobowy' i 'wzorzec osobowy' jako synonimy. Inni, jak np. Lucyna Bakiera i Barbara Harwas-Napierała, różnicują te pojęcia. Definiują one wzorzec osobowy jako kategorię teoretyczną, abstrakcyjny byt, bezmiejscowy zespół cech osobowych, pożądaných (niekoniecznie pozytywnych) należących do wzoru osobowego. Wzór osobowy natomiast jest konkretnie istniejącą postacią, która może być zarówno realna, jak i fikcyjna. Osoba taka wyróżnia się spośród innych (Bakiera, Harwas-Napierała 2016: 22–23). Dzieci na etapie wczesnoszkolnym chętniej wskazują cechy osobowe konkretnych postaci, fikcyjnych lub rzeczywistych, którym nadają szczególne znaczenie, zatem badając dzieci w tym okresie rozwojowym, zasadne jest pytanie o wzory osobowe, a nie o wzorce osobowe.

Celem podjętych rozważań jest poznanie procesów nabywania medialnych wzorów osobowych oraz poznanie ich aktualnej prezentacji werbalnej i rysunkowej w wybranej grupie dzieci w wieku wczesnoszkolnym.

Sytuacje, podczas których dokonuje się oddziaływanie wzoru osobowego, mogą mieć charakter kontaktów bezpośrednich – twarzą w twarz, lub pośrednich, urzeczywistniających się za pośrednictwem literatury czy mediów, w postaci dzieł artystycznych, norm moralnych czy idei światopoglądowych (Bakiera, Harwas-Napierała 2016: 98). W latach 70. Maria Tyszkowa przedstawiła koncepcję recepcji sztuki przez dzieci w oparciu o mechanizmy poznawcze. Wyróżniła dwa znaczące procesy zachodzące podczas recepcji: eksterioryzację i interioryzację (Tyszkowa 1978: 147).

Bakiera i Harwas-Napierała, które powołują się na koncepcje psychologiczne Tyszkowej, wymieniły trzy podstawowe procesy społecznego uczenia się przez wzory osobowe: naśladownictwo, modelowanie i identyfikacja (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 45). Naśladownictwo wyprzedza procesy modelowania i identyfikacji i choć jest charakterystyczne dla okresu wczesnego dzieciństwa, towarzyszy człowiekowi przez całe życie. Dotyczy ono sfery zachowań, stanowi podstawę modelowania, które pojawia się później. Naśladowanie zachowań wzoru osobowego następuje bez wyraźnego przymusu lub nacisku, na podstawie obserwacji. Upodobanie do wzoru ma efekt samonagradzający (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 49). Według stopnia wierności wyróżnia się naśladownictwo odtwórcze i twórcze. Wraz z rozwojem człowieka wzrasta naśladownictwo twórcze, pojawiają się nowe elementy. Naśladownictwo w okresie średniego dzieciństwa nie jest wyłącznie odtwórcze, może mieć charakter odroczonej (nie następuje bezpośrednio po kontakcie z dziełem) z elementami twórczymi.

Modelowanie występuje wtedy, gdy odtwarzane są: motyw, intencje, przeżycie modelu, przy zachowaniu indywidualnych form ekspresji (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 54). Modelowanie oznacza przyjmowanie systemów wartości czy sposobów rozwiązywania problemów. Najtrwalsze efekty modelowania występują, gdy dziecko jest przywiązane do modelu. Pozytywne wzmocnienia zależą zatem od częstotliwości kontaktów. Zapewne stąd popularność wzorów osobowych z seriali.

Głównym motywem identyfikacji jest przeżywanie stanów uczuciowych modelu, najczęściej pozytywnych, np. gdy dziecko dostrzega podobieństwo swoich stanów emocjonalnych ze stanami postaci fikcyjnej. Identyfikacja zachodzi, dopóki podmiot pragnie przeżywać stany uczuciowe modelu, lub kiedy oczekuje się, że zachowanie modelu będzie aprobowane społecznie (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 65). Autorki przyjmują za Elżbietą Szol (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 97), że u dzieci proces identyfikacji z bohaterem filmu zachodzi wtedy, gdy istnieje równoważność stanów emocjonalnych między emocjami odbiorcy a postacią ekranową; powstaje wówczas u odbiorcy subiektywne poczucie tożsamości własnych emocji z uczuciami postaci ekranowej. Dotyczy to zarówno pozytywnych, jak i negatywnych postaci.

Oddziaływanie fikcyjnych wzorów osobowych w dzieciństwie

W okresie dzieciństwa występuje silne oddziaływanie wzorów fikcyjnych, do których zaliczyć można postaci z bajek, filmów, powieści czy gier komputerowych. O przewadze wyborów bohaterów pozytywnych przez dzieci nie decyduje ich odwaga czy szczególne umiejętności, ale posiadana przez nich niezwykła moc, a także to, że działają w grupie, w której łączy ich przyjaźń. Postacie pozytywne rzadko cechuje mądrość czy inteligencja, bowiem ich sukces jest rezultatem umiejętności obsługiwania różnych fantastycznych urządzeń. Pomysłowość czy spryt najczęściej są wykorzystywane, by kogoś przechytrzyć (Łaciak 1998: 67-68). Jej zdaniem, w filmach nieczęsto prezentuje się postać pozytywną, która mozolnie pracuje na swój sukces. Bohaterowie wyjątkowo pokazywani są przy pracy. Negatywnych bohaterów cechują brak skrupułów oraz niechęć do zmiany swojego charakteru czy sposobu działania. Często są oni prezentowani jako bohater zbiorowy, np.: banda, rodzina. W badaniach nad recepcją filmów zwrócono uwagę na oddziaływanie wzorów negatywnych na dzieci (Izdebska 1994: 31). Przejmują one sposoby postępowania agresywnego bohatera, gdy przedstawiane w filmie zachowanie wzbudza satysfakcję, jest nagrodzone, a nie ukarane, a agresor jest wizualnie atrakcyjny i nie widać skutków agresji.

W przypadku postaci z literatury, dało się odtworzyć cechy wzorca osobowego w najwyższej ocenianej światowej literaturze dziecięcej (Manjari i Mei-Yu 2003: 2-3). Podkreślono, że bohaterowie pomagają dzieciom zrozumieć społeczne normy i oczekiwania kulturowe (regionalne) związane z płcią czy religią. Postacie w wartościowej literaturze przedstawiane są jako złożone osobowości, które należy analizować holistycznie, zwracając uwagę zarówno na pozytywne, jak i na negatywne cechy. Silne wzory osobowe to często bohaterowie, którzy potrafią wznieść się ponad własne negatywne cechy i pokonać swoje słabości. Ponadto są interesujący, bo wykazują się proaktywnym nastawieniem w obliczu wyzwań. Z analizy nagradzanych pozycji literatury dziecięcej wyodrębniono następujące uniwersalne przymioty charakteru: odwaga osobista, dbanie o innych, wytrwałość, zaradność, wiara w siebie i optymizm. W przypadku przekazów medialnych dla dzieci wskazanie takich cech jest znacznie trudniejsze.

Anna Krajewska zauważa, że cechą wyraźnie różniącą bohaterów jest płeć; w bajkach animowanych mamy do czynienia z nadinterpretacją postaci męskich. Występujące bohaterki są najczęściej członkiniami grupy głównych bohaterów, nie są przywódczyniami. Chłopcom przypisuje się cechy charakteru takie jak odwaga, przedsiębiorczość, natomiast w postaciach żeńskich podkreślana jest ich powierchowość (Krajewska 2003: 205).

Wydaje się, że aktualna oferta filmowa dla dzieci ulega ewolucji, zwłaszcza zmienia się rola żeńskich bohatererek. Istnieją filmy, książki i gry adresowane wyłącznie do dziewczynek, gdzie różnorodność prezentowanych cech jest szeroka.

W kontekście identyfikacji dziewcząt i chłopców z postacią fikcyjną zwrócono uwagę na asymetryczność tendencji. Dziewczynki potrafią identyfikować się z bohaterami także płci przeciwnej (heterotrofia seksualna), natomiast chłopcy przejawiają silny opór w tym względzie. Tyszkowa podobną tendencję zauważa w odbiorze filmu, literatury czy sztuki teatralnej (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 97).

Już w latach 70. Maria Kielar dowiodła w badaniach, że filmowi bohaterowie spełniają w życiu dzieci ważną rolę. Najwcześniej za sprawą naśladownictwa, później poprzez modelowanie wzorów, czyli przejmowanie tej samej motywacji zachowania bez konieczności samego działania (Kielar 1978: 32). Ważność fikcyjnych wzorów osobowych w rozwoju dziecka potwierdziła w XXI wieku Anna Kołodziejczyk. Wprowadziła ona pojęcie myślenia kontrfaktycznego, odnoszącego się do świata wyobrażeń. Uznała, że gdy problemy odnoszą się do przedstawień fikcyjnych, pojawia się więcej rozwiązań i łatwiej jest dziecku wysunąć wnioski, co zdecydowanie wpływa na rozwój sfery poznawczej u dziecka. Jej zdaniem wiedza poznawcza i myślenie kontrafaktywne są współzależne. Dzięki temu dzieci szybciej rozumieją rozmaite zdarzenia i ich powiązania, alternatywy i nowe wizje (Kołodziejczyk 2015: 111). Dziecko poznaje fikcję wcześniej i lepiej niż otaczającą rzeczywistość, w okresie wczesnoszkolnym bierze już pod uwagę realne możliwości, ale mimo racjonalnego postrzegania świata nadal marzy (Kołodziejczyk 2015: 106). Dlatego łączy ono w swoich prezentacjach narracyjnych i rysunkach elementy realistyczne i fikcyjne.

Bernadeta Didkowska przeprowadziła badania nad oddziaływaniem filmów animowanych na rozwój twórczości plastycznej dzieci i stwierdziła, że dzieci w okresie wczesnoszkolnym coraz chętniej zamiast rysunków z wyobraźni przedstawiają obrazy z gier komputerowych i filmów (Didkowska 2015: 84). U niektórych dzieci tendencja ta jest tak silna, że określa się ją mianem przemocy ikonicznej. Ponadto dziecko w tym okresie uspołecznia się, co w jego twórczości plastycznej powoduje uzgadnianie własnych potrzeb i sposobów obrazowania ze sposobami i obrazami kolegów. Na to zjawisko zwrócił uwagę już Viktor Lowenfeld (Didkowska: 41), podkreślając, jak ważne jest w tym okresie rozwijanie potrzeby emocjonalnej, niezależności i świadomość odkrywania nowego. Najlepszym sposobem sprowokowania emocji jest zaproponowanie odpowiedniego tematu, co stanowiło inspirację do podjęcia badań nad fikcyjnym wzorem osobowym, którego akceptacja przez dzieci jest silnie uwikłana w emocje.

Przedstawienie procedury zdobywania materiału dydaktycznego do analizy

Analiza literatury wykazała, iż wzrasta udział środków masowego przekazu w procesie socjalizacji dzieci i młodzieży, co powoduje, że następuje przesunięcie socjalizacyjne (Kwieciński 1996: 13–26). Polega ono na spadku znaczenia tradycyjnych instytucji socjalizacyjnych (rodzina, szkoła, Kościół), a ich rolę przejmują między innymi media, a także grupy rówieśnicze i szeroko rozumiana kultura popularna. Stąd nasze zainteresowanie bohaterami medialnymi, którzy stają się idolami, wpływają na światopogląd dzieci, stany emocjonalne, promują wzory do naśladowania, a tym samym kształtują systemy wartości. Celem analizy jest poznanie medialnych wzorów osobowych wybieranych przez dzieci w wieku wczesnoszkolnym i ich argumentacji. Sformułowano następujące problemy badawcze:

- Jakich bohaterów medialnych dzieci wskazują na swoich idoli?
- Z jakich mediów korzystają, śledząc ich losy?
- Jakie cechy uznają za godne podziwu?
- Jakie cechy bohaterów nie są aprobowane?
- W jaki sposób dokonują transmisji cech bohaterów do konkretyzacji plastycznej?

W celu uzyskania odpowiedzi na pytania wykorzystano metodę wywiadu, który według klasyfikacji Tadeusza Pilcha można określić wywiadem nieskategoryzowanym (Pilch 1995: 58). Badacz prowadził wywiad według ogólnego planu w postaci dyspozycji do rozmowy. Nie przestrzegał kolejności pytań ani ścisłości w poszczególnym ich zadawaniu. Pojawiały się natomiast dodatkowe pytania w celu pogłębienia zagadnienia. Badania przeprowadzono w 2021 roku podczas półkolonii letnich organizowanych przez miasto Łódź. Rodzice oraz opiekunowie prawni dzieci wyrazili zgodę na udział podopiecznych w różnych formach i rodzajach aktywności. Na jednym z warsztatów prowadzonych w ramach zajęć dydaktycznych podjęto temat ulubionych bohaterów medialnych. Osobą prowadzącą była jedna z autorek tekstu, która posiada duże doświadczenie w pracy z dziećmi w klasach I–III, na półkoloniach pracowała w charakterze nauczyciela. Mała liczebność grup, w których odbywały się zajęcia oraz dobra atmosfera sprzyjały autentyczności dziecięcych wypowiedzi. Pozaformalny charakter zajęć wpłynął na szczerść, otwartość i swobodę rozmowy. Materiał do analizy uzyskano z rysunków i rozmów z pięćdziesięciorgiem uczestników półkolonii w wieku wczesnoszkolnym (tj. od 6 do 10 lat). Przygotowano plan rozmów indywidualnych z dziećmi, których punkt wyjścia stanowiły konkretyzacje plastyczne. Łączenie wypowiedzi rysunkowych i werbalnych na określony temat w tym okresie rozwojowym jest – z punktu widzenia poznawczego – uzasadnione, ponieważ istnieje wyraźna adekwatność znaczenia słowa i rysunku (Szuścik 2006: 177). Dzieci podejmowały pracę bardzo chętnie, nie dzieliły się publicznie własnymi wyborami, aby nie sugerować

innym rozwiązań. Część plastyczna odbywała się w atmosferze sekretu i zagadki. Następnie badacz zapraszał dzieci do indywidualnej rozmowy na temat wskazanego bohatera. Wyniki badań zostaną zaprezentowane według kryteriów wyprowadzonych z analizy.

Dostępność i swoboda korzystania z wyborów medialnych

Fikcyjni bohaterowie, których dzieci wybrały, to w większości przedstawiciele seriali i filmów animowanych, czasami fabularnych. Tylko jedno dziecko wskazało na postać książkową, dwoje z nich wybrało bohaterów gier komputerowych. Dziewczeta wybrały między innymi postacie z serialu „Miraculum: Biedronka i Czarny kot”, Wonder Woman z serialu „DC Super Hero Girls”, Pokemona Pikachu z serii „Pokemon Go”, oraz Zoe, bohaterkę serialu „Życie w cuglach”. Kilka dziewczyn wskazało na zwierzęta m.in. psa o imieniu Max, bohatera filmu „Sekretne życie zwierzątek domowych”, świnkę Rositę z filmu „Sing” oraz konia, bohatera filmu „Wymarzony koń”. Postaciami wybieranymi przez chłopców byli: Spider-Man, Batman i Superman. Kilka prac przedstawiało Robina, pomocnika superbohaterów, głównej postaci serialu „Młodzi tytani” oraz Ricka, bohatera serialu „Rick i Morty”. Tylko w przypadku postaci z gier komputerowych (Creeper z gry „Minecraft” oraz Zły Buzz z gry „Brawl Stars”) trudno określić wskazanych bohaterów jednoznacznie pozytywnymi, niemniej jednak respondenci opisując cechy, przedstawili ich w pozytywnym świetle. Wśród wciąż wybieranych postaci pojawili się bohaterowie cyklu o Harrym Potterze, którzy są idolami międzypokoleniowymi. W tych wyborach tendencje różnicujące bohaterów płciowo były bardzo wyraźne. Hermionę wskazały wyłącznie dziewczęta, a tytułowy Harry wybierany był jedynie przez chłopców. Dzieci poznają bohaterów serii o Harrym Potterze głównie z produkcji filmowych. Tylko jedna z badanych osób, opisując swoje doświadczenia, odniosła się do lektury książki.

Wśród preferencji dziewcząt dominują przede wszystkim kobiety, z przewagą superbohatek i czarodziejek, zdarza się, że wybierają one także bohaterów o nieokreślonych cechach płciowych (psy, koty, konie), natomiast wybory chłopców padały jedynie na mężczyzn, także najczęściej superbohaterów i czarodziei. Z podjętych badań wynika, że dzieci oglądają bajki, filmy, seriale przede wszystkim przez Internet, głównie na platformach streamingowych: Netflix, Player, HBO GO oraz serwisach CDA i YouTube. Na telewizję jako źródło wskazało kilkoro najmłodszych respondentów.

Podczas wywiadu ujawnił się problem, który nie był przedmiotem zainteresowań badawczych. Dzieci opowiadając o doświadczeniach medialnych, wskazywały, iż oglądają ulubionych bohaterów na własnych urządzeniach (telefonach, tabletach, komputerach), sporadycznie na urządzeniach rodziców. Możliwość korzystania z urządzeń ma

charakter ciągly i często nieograniczony. Dzieci przyznawały się do wielokrotnego korzystania z urządzeń w ciągu dnia, w dowolnym jego momencie. Korzystanie z mediów odbywa się z pominięciem, bądź brakiem dostatecznego wpływu dorosłych – *Mama wie co oglądam, ale nie wie kiedy* – dz. lat 8. *Zawsze kiedy mam wolny czas to oglądam* – ch. lat 10. *Jak rodzice są zajęci to zamykam się w pokoju i oglądam* – dz. lat 9. Wybory dokonywane przez dzieci były w kilku przypadkach kontrowersyjne. Dzieci wskazały na Rickiego, postać serialu „Rick i Morty”. Serial ten, mimo swojego animowanego charakteru, skierowany jest do dorosłego widza. Główny bohater, którego cechuje wysoki poziom intelektualny, jest alkoholikiem, często nieprzebierającym w słowach, a jego niekonwencjonalne podejście do instytucji (między innymi szkoły) wydaje się nie stanowić odpowiednich wzorów dla odbiorców w wieku wczesnoszkolnym.

Internet, gry komputerowe, rzadziej telewizja stają się kuszącą alternatywą wobec realnej, często trudnej i nudnej rzeczywistości. Z wywiadów wynika, że dzieci oglądają wskazane filmy, seriale przede wszystkim w celu zabicia nudy: *Oglądam zawsze kiedy mi się nudzi* – ch. lat 9. *Oglądam wtedy, kiedy nie mam co robić, a koleżanek nie ma na podwórku* – dz. lat 8. *Oglądam jak jestem sam w domu, wtedy mi się nie nudzi i się nie boję* – ch. lat 10. Drugim celem obcowania z bohaterami fikcyjnymi jest rozładowanie napięcia: *Oglądam, żeby przeżyć coś miłego, jakąś przygodę* – dz. lat 7. *Oglądam bajki, żeby mnie rozbawiły* – dz. lat 6. *Jak zrobię wszystkie obowiązki to mogę obejrzeć ulubiony serial i to jest takie miłe* – dz. lat 10. Wybory dokonywane przez dzieci wyznaczane są przez kulturę masową, a treści asymilowane przez jednostkę pochodzą zbyt często z przekazu medialnego.

Wartości osobowe nadawane bohaterom medialnym

Ilość i różnorodność wzorów osobowych prezentowanych przez fikcyjne postacie utrudniają wyprowadzenie aktualnie promowanych cech osobowych. Wyraźnie rysuje się tendencja wyboru pozytywnych cech, co widoczne jest w większości wypowiedzi, niezależnie od płci. *Chciałabym mieć lasso prawdy, takie jak Wonder Woman* – dz. lat 8. *Chciałabym potrafić czarować* – ch. lat 7. *Moim marzeniem jest tak strzelać siecią jak Spiderman i chodzić tak jak on po ścianach* – ch. lat 7. *Podziwiam Wonder Woman, bo ma super lasso i bransolety* – dz. lat 9. *Lubię Alyę, bo zmienia się w lisicę i ma moc iluzji* – dz. lat 8. *Pikachu jest epicki, bo potrafi wywoływać pioruny, też bym tak chciał umieć* – ch. lat 7. Dzieci poszukują bohaterów, którzy stają się pewnymi modelami umożliwiającymi im przetrwanie w świecie. Z punktu widzenia psychologicznego to instynktowna reakcja. Postacie wybierane przez respondentów cechują także często mądrość, inteligencja i spryt, ale ich sukces jest rezultatem umiejętności obsługiwania

różnych fantastycznych urzędzeń. Pomysłowość czy spryt najczęściej wykorzystywane są, by kogoś przechytrzyć. Tacy bohaterowie reprezentują nadzieję na przetrwanie.

Aktualna oferta filmowa dla dzieci ulega ewolucji, zwłaszcza zmieniają się role żeńskich bohaterek. Postacie, o których opowiadały respondentki, są przywódczyniami grup, a nie jedynie ich członkiniami. *Alya jest odważna, sprytna, pomaga wszystkim* – dz. lat 8. *Wonder Woman pomaga i broni niewinnych ludzi, walczy o dobro i jest amazonką, wojowniczką* – dz. lat 10. *Hermiona jest rezolutna, mądra i sprytna, świetnie czaruje, radzi sobie w każdej sytuacji* – dz. lat 9. *Zoe rozwiązuje wszystkie problemy, radzi sobie z nimi sama, świetnie jeździ konno* – dz. lat 10. Dziewczynki przypisują wybranym bohaterkom takie same cechy, jakie kiedyś przypisywano jedynie bohaterom płci przeciwnej. Ich bohaterki są odważnymi, przedsiębiorczymi, wytrwałymi, zaradnymi, samodzielnyimi przywódczyniami.

Cechami, na które dzieci chętnie wskazywały, były: poczucie humoru bohatera, umiejętność przezwyciężenia egocentryzmu czy postawa fair play wobec przeciwnika. *Kot Pusheen jest wesoły i śmieszny, zabawnie kręci tyłeczkiem i potrafi się z siebie śmiać* – dz. lat 6. *BB-8 ratował świat, a nie tylko siebie* – ch. lat 10. *Pikachu jest głupkowaty, rozśmiesza mnie* – dz. lat 7. *Kapitan Majtas jest wesołkiem, ciągle chodzi w majtkach i zawsze się z niego śmieje* – ch. lat 7. *Kot jest przebiegły i sprytny, ale dobrych nie oszukuje* – ch. lat 7. *Piotruś Królik popełnia wiele błędów, ale potrafi je naprawić i to się liczy* – ch. lat 7. Poczucie humoru bohatera wydaje się być ważną cechą, chociaż ciekawszą kategorią wydaje się dystans bohatera do samego siebie, który można byłoby nazwać pewnego rodzaju autoironią, którą dzieci bardzo lubią i intuicyjnie wyczuwają. Dzieci często czują przewagę intelektualną nad oglądanymi postaciami, co daje im poczucie wyższości i wpływa na preferencje odbiorcze.

Prezentacje rysunkowe wzorów medialnych – wierność a oryginalność

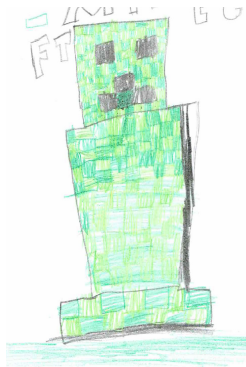
Dzieci z wielkim zaangażowaniem rysowały ulubionych bohaterów. Na wykonanie rysunku miały nieograniczony czas, podczas pracy nie korzystały z urządzeń elektronicznych. Efektem tego było, w zależności od możliwości manualnych, wierne odtworzenie zapamiętanych obrazów bohaterów znanych z filmów, seriali i gier komputerowych.

Przykłady dosłownego przenoszenia wzorów medialnych:

Rys. 1. Postać Ricka Sancheza bohatera serialu „Rick i Morty”, chłopiec lat 10 – archiwum własne.



Rys. 2. Postać Creepera z gry komputerowej „Minecraft”, chłopiec lat 8 – archiwum własne.



Rys. 3. Postać lisicy z serialu „Miraculous”, dziewczynka lat 8 – archiwum własne.



W powyższych przykładach widać oddziaływanie jakości wizualnych i związanych z nim schematów obrazowania świata w nowych mediach. We wszystkich przypadkach mamy do czynienia z odtwórczym, wiernym odtworzeniem postaci. Na uwagę zasługuje dbałość o szczegóły i detale, np. w postaci lisicy wiernie zostały zapamiętane i odtworzone elementy stroju (maska, wisiołek). Wszystkie prace wykonano w kolorystyce zgodnej z oryginałami.

W poniższych pracach wyraźnie widać rys indywidualny, który ujawnił się poprzez przetworzenie wzoru. Cudzy pomysł został ozdobiony własnymi dodatkami, które nadały pracom twórczego charakteru. Kapitan Majtas miał dorysowaną koronę, widzi my także wnętrznosci jego ogromnego brzucha, zaś Hermiona udekorowana została atrybutami magicznych mocy: różdżką, książkami, kapeluszem, peleryną.

Rys. 4. Postać Hermiony Granger, bohaterki filmu „Harry Potter”, dziewczynka lat 9 – archiwum własne.



Rys. 5. Postać Kapitana Majtasa, postaci z filmu o tym samym tytule, chłopiec lat 7 – archiwum własne.



Ciekawym zjawiskiem jest także podkreślanie ważnych z punktu widzenia dziecka cech bohatera w rysunku. Badani uwypuklali w pracach plastycznych atrybuty, na które chcieli zwrócić uwagę. Szczególnie chętnie podkreślali niezwykle moce swoich ulubionych bohaterów, o których później opowiadali w wywiadach. Pikachu otoczony jest Z-błyskawicami, które dają mu niezwykłą moc, Wonder Woman zaopatrzona jest w magiczny miecz, który pomaga w walce ze złem, i magiczne łąso, którego moc zmusza mężczyzn do mówienia prawdy. Harry ma na czole bliznę, błyskawicę, która świadczy o jego niezwykłej mocy i jest pamiątką nieudanej próby morderstwa całej rodziny Potterów.

Rys. 6, 7, 8. Postać Wonder Woman z serialu „Wonder Woman DC Super Hero Girls”, dziewczynka lat 9. Postać Harrego Pottera z filmu o tym samym tytule, chłopiec lat 8, oraz Pikachu postać z filmu „Pokemon Detektyw Pikachu”, dziewczynka lat 7 – archiwum własne.



Wnioski

Analiza prezentacji werbalnych i rysunkowych wykazała, że następuje intensywne wdzieranie się świata mediów do przeżyć dziecka i wybory te odbywają się często bez wiedzy dorosłych. Bohaterowie, których dzieci wskazują jako wzory, to przedstawiciele seriali i filmów animowanych, czasami fabularnych, dużo rzadziej gier komputerowych czy literatury. To postacie pozytywne, nawet jeśli ich zachowania są dwuznaczne, dzieci wymieniają ich dobre cechy. Bardzo wyraźnie widać w badaniach różnicowanie wyborów według płci. Ten element analizy potwierdził wnioski, które wyprowadziły w swoich pracach badawczych Krajewska (Krajewska 2003: 97) czy Tyszkowa (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 97).

Możliwość korzystania z urządzeń elektronicznych ma dzisiaj charakter ciągły i często nieograniczony. Dzieci oglądają bajki i seriale po to, by zabić nudę lub rozładować napięcia. Sytuacja, w której dorośli nie uczestniczą w wyborach i nie towarzyszą

dziecku w obcowaniu z mediami, może doprowadzić do kształtowania niedojrzałej osobowości jednostki, co utrudnia formowanie się wartościowych wzorów osobowych (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 156–157). Poza tym w literaturze przedmiotu podkreśla się, iż powtarzające się interakcje, o których dzieci opowiadały w wywiadach, kształtują określony rodzaj relacji między wzorem a osobą, na którą wzór oddziałuje (Bakiera i Harwas-Napierała 2016: 98). Tym trudniej się pogodzić z faktem, że często wybory te odbywają się bez wiedzy dorosłych.

Szybka dezaktualizacja bohaterów wybieranych przez dzieci, wskazana w badaniach Korzeniowskiej (Korzeniowska 2014: 114), potwierdza się także w tej analizie. Związane jest to z dynamicznie zmieniającą się ofertą wytworów medialnych. Postacie wskazywane przez dzieci kilka lat temu, nie pokrywają się z obecnymi wyborami. Istnieją jednak bohaterowie międzypokoleniowi, którzy od lat budują świat dziecięcej wyobraźni (m.in. postacie z serii o Harrym Potterze).

Ilość i różnorodność wzorów osobowych prezentowanych przez fikcyjne postacie utrudnia wyprowadzenie aktualnie promowanych cech osobowych. Postacie wybierane przez dzieci charakteryzuje mądrość, inteligencja i spryt. Poczucie sukcesu bohaterów jest rezultatem umiejętności obsługi różnych fantastycznych urządzeń, cechuje ich siła, która daje odbiorcom nadzieję na przetrwanie, oraz poczucie wsparcia, niezbędne w świecie zdominowanym przez dorosłych. W ten sposób można tłumaczyć fascynację bohaterami obdarzonymi niezwykłymi mocami, z którymi nikt nie jest w stanie wygrać, którzy są niezniszczalni i często nieśmiertelni. Superbohaterowie pomagają dzieciom zmagać się z lękami egzystencjalnymi czy poczuciem niepewności, jakie towarzyszy w świecie.

Analiza wykazała, że dzieci rzadko wskazują na wartości moralne takie jak: szacunek, życzliwość, troska, godność czy pracowitość jako na nadrzędne cechy bohaterów. Sukces postaci jest najczęściej rezultatem przebiegłości, sprytu i umiejętności posługiwania się fantastycznym urządzeniem, a nie efektem pracowitości, prawdomówności czy uczciwości. Świadczy to o niekończącej się ewolucji wartości, która odbywa się w każdym społeczeństwie (Podgórska 2017: 65–67). W naszych badaniach wyraźnie widać, że niektóre z nich tracą na znaczeniu, inne natomiast zyskują. Analiza ukazuje między innymi ewolucję żeńskich bohaterek. Respondentki przypisują im takie cechy, jakie kiedyś przypisywano jedynie postaciom męskim. Są one odpowiednikami superbohaterów – samodzielne, zaradne, odważne, wytrwałe, przedsiębiorcze. Wyraźnie widać ewolucję wzorów osobowych w tym zakresie.

Analiza prac plastycznych pokazała, że stylistyka nawiązuje do obrazów pojawiających się w mediach. W rysunkowych reprezentacjach bohaterów widać silne tendencje przenoszenia wzoru wizualnego na rysunek, preferencje do naśladownictwa odtwórczego. Wzory zewnętrzne stały się istotnym czynnikiem wpływającym na rysunek dziecka. Można zaobserwować skłonności do zaniku wyobraźni twórczej na rzecz

wiernych powtórzeń postaci medialnych. Rysowanie dla wielu dzieci było nie tylko przyjemnym zajęciem, ale także środkiem pozwalającym nadać konkretny kształt myślom.

Podsumowanie

Wiele z atrybutów wzorów osobowych wskazanych przez Marię Ossowską (Bakiera, Harwas-Napierała 2016: 23–24) zostało wybranych przez dzieci. Ich ulubione postacie są aktywne, „ulepszają” siebie bądź otaczającą ich rzeczywistość. Mają aspiracje perfekcjonistyczne, wyżej cenią dobro zbiorowe niż własne korzyści, cechuje ich ofiarność dla realizowania celów zbiorowych oraz umiejętność współdziałania w sytuacjach zagrożenia. Ulubionych bohaterów często cechuje poczucie humoru, krytycyzm wobec siebie, rzadziej w stosunku do innych. Wskazane cechy budują obraz osoby o nieprzeciętnych właściwościach, która może pozytywnie oddziaływać na innych.

Cechy i losy wybranych postaci są źródłem autentycznych przeżyć, co potwierdza, że na tym etapie zachodzi proces modelowania. Stanowi to znaczny potencjał rozwojowy, który nie jest w wielu przypadkach przedmiotem zainteresowań rodziców i nauczycieli.

Zaangażowanie dzieci w wypowiedzi werbalne i rysunkowe otwiera przestrzeń do działań edukacyjnych przez zabawę i rozrywkę. *Edutainment* (edurozrywka) bazuje na odczuciach i emocjach. Formy rozrywkowe, szczególnie film, oferują rozmaite wzory, postawy, wzbogacają pamięć emocjonalną dziecka. Należy zatem postulować, aby edukacja medialna stanowiła równoległą formę edukacji w okresie dzieciństwa.

Bibliografia

- Bakiera L., Harwas-Napierała B. (2016). *Wzory osobowe w rozwoju człowieka*, Poznań: UAM, Seria Psychologiczna nr 16.
- Didkowska B. (2015). *Rysunek dziecka w wieku od 3 do 12 lat a język wizualny nowych mediów*, Toruń: UMK.
- Izdębska J. (1994). *Niektóre przejawy ujemnego oddziaływania telewizji na dzieci*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze” nr 5, s. 31–33.
- Kielar M. (1978). *Rola filmu animowanego w pracy wychowawczo-dydaktycznej*, Warszawa: WSiP 1978.
- Korzeniowska M. (2014). *Ulubieni bohaterowie bajek animowanych dzieci*, „Rocznik Pedagogiczny” 6 (42), nr 2, s. 109–125.
- Krajewska A. (2003). *Obraz świata społecznego w filmach animowanych dla dzieci*, [w:] B. Łaciak, *Dziecko we współczesnej kulturze medialnej*, Warszawa: Instytut Spraw Publicznych, s. 194–220.

- Kwieciński Z. (1996). *Edukacja wobec wyzwań demokracji*, [w:] H. Kwiatkowska, Z. Kwieciński (red.), *Demokracja a oświata, kształcenie i wychowanie* Toruń: PTP.
- Łaciak B. (1998). *Świat społeczny dziecka*, Warszawa: ŻAK.
- Pilch T. (1999). *Zasady badań pedagogicznych*, Warszawa: ŻAK.
- Podgórska M. (2017) *Promocja wartości moralnych we współczesnym świecie*, [w:] red. Dudzik I., Czuba B., Rejman K., *Rola wartości etycznych we współczesnym świecie*, Jarosław: Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna
- Szuścik U. (2006) *Znak werbalny a znak plastyczny w twórczości rysunkowej dziecka*, Katowice: UŚ.
- Tyszkowa M. (1978), *Baśń i jej recepcja przez dzieci*, [w:] red. H. Skrobiszewska, *Baśń i dziecko*, LSW Warszawa, s. 141–149.
- Wawrzonkiewicz-Słomska A., Cholewa E. (2017). „Problemy Współczesnej Pedagogiki”, nr 3.

Netografia

- Singh, Manjari; Lu, Mei-Yu (2003). *Exploring the Function of Heroes and Heroines in Children's Literature from around the World*. ERIC Digest, ERIC Clearinghouse on Reading, English, and Communication, Bloomington, IN. (ED477609) <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=ED477609&lang=pl&sit e=eds-live> [dostęp: 15.08.2021].
- Kołodziejczyk A. (2015). *Świat na niby: refleksja nad rolą fikcji w poznawaniu rzeczywistości przez dzieci*, [w:] *Nowe perspektywy badań rozwoju w dzieciństwie i dorosłości: księga pamiątkowa dla profesor Marii Kielar-Turskiej*, red. D. Kubicka, Kraków: UJ, s.105–118. https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/21984/kołodziejczyk_swiat_na_niby_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y [dostęp: 20.08.2021].

ADRES DO KORESPONDENCJI

Aleksandra Sieczych-Kukawska
Uniwersytet Łódzki
e-mail: aleksandra.sieczych@now.uni.lodz.pl

Magdalena Pawlak
Uniwersytet Łódzki
e-mail: magdalena.pawlak@edu.uni.lodz.pl