

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
EDUKOLOGIJOS FAKULTETAS  
EDUKOLOGIJOS KATEDRA

**Agnė Tarasevičiūtė**

Švietimo kokybės vadybos magistrantūros studentė

**ELEKTRONINĖS ŽINIASKLAIDOS VAIDMUO IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS  
VAIKŲ  
(4-6 M.) SOCIALIZACIJAI IR UGDYMO(SI) KOKYBEI**

Magistro darbas

Mokslinė vadovė  
doc. dr. Daiva Malinauskienė

Šiauliai, 2012

Darbas originalus ..... A. Tarasevičiūtė

# TURINYS

SANTRAUKA.....	3
SUMMARY.....	4
ĮVADAS.....	6
1. TEORINIAI ELEKTRONINĖS ŽINIASKLAIDOS VAIDMENS IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ (4-6 M.) SOCIALIZACIJAI IR UGDYMO(SI) KOKYBEI ASPEKTAI.....	10
1.1. Elektroninės žiniasklaidos priemonių apibrėžtis .....	10
1.2. Elektroninės žiniasklaidos ypatumai ir problemos.....	12
1.3. Vaikų socializacijos samprata, tikslai, turinys.....	17
1.4. Ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos procesus lemiantys veiksniai.....	21
1.4.1. Šeimos reikšmė vaiko socializacijai.....	21
1.4.2. Ikimokyklinio ugdymo įstaigų reikšmė vaiko socializacijai.....	23
1.5. Elektroninės žiniasklaidos poveikis vaiko socializacijai ir ugdymo(si) kokybei.....	27
2. ELEKTRONINĖS ŽINIASKLAIDOS VAIDMENS IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ (3-5 M.) SOCIALIZACIJAI IR UGDYMO(SI) KOKYBEI EMPIRINIS TYRIMAS.....	30
2.1. Tyrimo metodologija ir metodai.....	30
2.2. Tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, elektroninės žiniasklaidos vaidmens vertinimo rezultatų analizė.....	33
2.3. Vaiko teisių apsaugą elektroninėje žiniasklaidoje reglamentuojančių teisės aktų analizė.....	43
2.4. Vaikų nuomonės apie elektroninės žiniasklaidos vaidmenį jų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei tyrimas.....	51
IŠVADOS.....	59
REKOMENDACIJOS.....	61
LITERATŪRA.....	62
PRIEDAI.....	66

## SANTRAUKA

### **Elektroninės žiniasklaidos vaidmuo ikimokyklinio amžiaus vaikų (4-6m.) socializacijai ir ugdymo(si) kokybei**

Agnė Tarasevičiūtė

Elektroninės žiniasklaidos priemonės vienas svarbiausių ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos veiksnių. Jos formuoja išorinio pasaulio supratimą, požiūrį į įvairius reiškinius, elgesio normas, vertybių sistemą, yra lengvai prieinamas, paprastas ir įdomus laisvalaikio praleidimo šaltinis. Tačiau nekontroliuojamas šis procesas, gali tapti nevaldomu, kai nepastebimai prie televizoriaus ar kompiuterio praleidžiamas laikas vis ilgėja, o kita veikla tampa neįdomi. Šiuolaikiniai vaikai net nebeturi kantrybės žiūrėti gražių, pamokančių animacijos filmų – jiems reikia veiksmo, kopijuoti matytas kovos scenas. Žiaurus elgesys, vienas kito žalojimas, įtemptas siužetas vaikus prikausto prie televizijos ir kompiuterio ekranų.

Ikimokyklinio amžiaus vaikai priklausomi nuo pasaulio, kokį jam atskleidžia suaugusieji, todėl svarbu, kad tas pasaulis nebūtų toks, kokį matome ekrane. Šeima – pirmutinė žmogaus socializacijos institucija, nes ji veikia vaiką visose gyvenimo srityse. Atsižvelgiant į šio amžiaus žiniasklaidos paviršutiniškumą, sensacingumą, smurto propagavimą, suaugusieji t. y. tėvai turi dėti visas pastangas apsaugoti vaikus nuo neigiamo dvasinio psichinio ir moralinio poveikio.

Ikimokyklinio amžiaus vaikams tėvai – idealas, nekritikuojamas ir priimamas absoliučiai, su visais privalumais ir trūkumais. Pomėgį žiūrėti televizorių vaikas įgauna tokioje šeimoje, kuri pati yra priklausoma nuo televizoriaus. Taigi magistro darbo tyrime buvo išsiaiškinti tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, žiniasklaidos vartojimo poreikiai, įpročiai, kultūra. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad tėvai randa laiko bendravimui su savo vaikais, tačiau aktyvių žaidimų laiką gryname ore bei lavinamąją kūrybinę veiklą dažnai pakeičia televizoriaus žiūrėjimas ar kompiuteriniai žaidimai.

Atliekant kiekybinį tyrimą su tėvais pastebėta, kad susiduriama su pažeidimais, kalbant apie vaiko teisių apsaugos mechanizmo praktinį realizavimą. Atlikus teisės aktų analizę galima teigti, kad saugoti ir ginti vaiko teises ir teisėtus interesus elektroninės žiniasklaidos veiklos srityje turime pakankamus įrankius. Vadinasi elektroninės žiniasklaidos priemonės, kaip pelno siekiančios organizacijos, pažeidinėja prigimtine vaiko teise, būti apsaugotam nuo viešai prieinamos žalingos informacijos, siekdamos materialinių tikslų.

Vaikų elektroninės žiniasklaidos vartojimo ugdymas labai svarbus, kokybinio tyrimo su vaikais rezultatai atskleidė, kad šiuolaikiniai tėveliai nepakankamai skiria laiko kalbėti ir paaiškinti savo vaikams kas tinka, yra vertinga, o kas visai nereikalinga ir net kenksminga.

## SUMMARY

### **The role of the Electronic Media in the Socialization and Education (learning) Quality of the 4-6 year old preschool children**

Agnė Tarasevičiūtė

The means of the electronic media are one of the most important factors in the socialization of the pre-school age children. They form an understanding of the outer world, an attitude to different occurrences, norms of behaviour and to the system of the values. Electronic media is a very approachable, simple and interesting way to spend your leisure time. However, if not controlled, this process can become unmanageable. A child could start spending more and more time watching tv or playing a computer and other activity can become boring. Modern children have no patience in watching beautiful and educational cartoons. All they need is action and the repetition of the scenes of fights seen in those cartoons. The cruel behaviour and strained plot always catch children's attention and fasten them to the screens of tvs or computers.

Pre-school children depend on the world, offered by adults to them, that's why it's important, that the world wouldn't be the same as the one seen in the screen. Family is the first socialization institution of a human-being, because it affects a child in every field of his life. According to the superficiality, sensationality and cruelty, offered by the electronic media, adults (parents) should try as hard as possible to save children from the negative moral and psychological influence.

Parents are an uncriticized ideal to pre-school children, which is absolutely acceptable with all its benefits and faults. The interest in watching tv a child gains in such a family, which is dependent on tv watching itself. So in this work, the needs, habits and culture of the electronic media usage was researched. The research revealed, that parents do find some time to communicate with their children, although open air activity, creative and educational activity are substituted for tv watching and computer games.

The quantitative research with parents showed, that there are some violations in practical realisation of the protection of children rights mechanism. After the analysis of the legal statements we can state that there are enough tools to protect children's rights and interests in the field of activity of the electronic media. That means that electronic media organizations, while seeking for the profit, violate the natural right of a child to be protected from a public and easy approachable harmful information.

Educating children in using the sources of the electronic media is very important. The

results of a qualitative research with children showed, that modern parents do not dedicate enough time to explain to their children what is suitable and valuable in the electronic media and what is absolutely worth nothing and is even harmful.

## IVADAS

**Aktualumas.** Elektroninės žiniasklaidos priemonės (televizija, internetas) šiuo metu yra viena iš pagrindinių suaugusiųjų ir vaikų užimtumo formų. Tad daugelis vertybių, normų, nuostatų, elgesio pavyzdžių bei kitų socializaciją ir ugdymo(si) kokybę lemiančių veiksnių yra perduodami ne tiesiogiai, o elektroninės žiniasklaidos pagalba (Stropienė, 2005). Nekontroliuojamas, šis procesas gali tapti nevaldomu. Šiuolaikiniai vaikai net nebeturi kantrybės žiūrėti gražių, pamokančių animacijos filmų – televizijoje jiems reikia veiksmo, o gyvenime - kopijuoti matytas kovos scenas. Žiaurus elgesys, vienas kito žalojimas, įtemptas siužetas vaikus prikausto prie televizoriaus ir kompiuterio ekranų.

Šio amžiaus vaikai puikiai išmokę žiniasklaidos suteiktas pamokas: išvardija prekių ženklų pavadinimus, žino „kultinių“ serialų pavadinimus, pacituoja įžymybių pasisakymus, pakartoja reklamų šaukinius ir atpažįsta garsių korporacijų logotipus.

Tačiau nereikėtų pamiršti, kad Šeima – pirminė žmogaus socializacijos institucija, nes ji veikia vaiką visose gyvenimo srityse. Atsižvelgiant į šio amžiaus žiniasklaidos paviršutiniškumą, sensacingumą, smurto propagavimą, suaugusieji t. y. tėvai turėtų dėti visas pastangas, kad visuomenė nebūtų bejėgė žiniasklaidos vartotoja, o sugebėtų kritiškai vertinti teikiamą informaciją bei gintų savo vaikus nuo neigiamo dvasinio, psichinio ir moralinio poveikio, teigia D. Stropienė (2005).

Ikimokyklinio amžiaus vaikai priklausomi nuo pasaulio, kokį jam atskleidžia suaugusieji, todėl svarbu, kad tas pasaulis nebūtų toks, kokį matome ekrane. Vaikų ugdymu turėtų būti rūpinamasi ne tik formaliai, teigia P. Lungė (2011), kadangi televizijos ekranuose ir kompiuteriniuose žaidimuose slypi seksualinės užuominos, prievarta ar žiaurumas.

Taip pat mąsto E. Meilius (2011), teigdamas, kad būtina tobulinti teisinę bazę, teikti informaciją tėvams, šviesti visuomenę, ugdyti vaikus. Ypač atkreipiant dėmesį į lengviausiai pažeidžiamus visuomenės dalyvius, ikimokyklinio amžiaus vaikus, kurie mokysis ir užaugs mūsų visuomenėje.

Lietuvos vaikai jau šiandien gyvena komplikuojuose informacijos erdvėje, kurią jiems sukūrė šiuolaikinė elektroninė žiniasklaida, o šis informacijos laukas yra kitoks ir žymiai sudėtingesnis bei pavojingesnis nei bet kada (Astra, 2005).

Problema aktuali, kadangi šiandien mokslininkai, medikai, pedagogai, psichologai pripažįsta, kad žiniasklaidos vaidmuo vaiko socialiniam elgesiui ir socialinės brandos ugdymui yra didžiulis. Šia problema domisi ir nagrinėja daugelis autorių (Gailienė, 2010; Žemaitytė,

2011; Dargužytė 2011; Meilius, 2011; Kabailaitė, 2000; N. ir Z. Nekrasovas, 2008; Jonikaitė, 2010 ir kt.). Tačiau tėvai, auginantys ikimokyklinio amžiaus vaikus, neranda būdų atitraukti savo vaikų nuo televizoriaus ir kompiuterio ekranų.

Praktika rodo, jog daugelį vertybių, normų, nuostatų, elgesio pavyzdžių bei kitų socializacijos veiksnių, perduoda ne tėvai, pedagogai, o elektroninė žiniasklaida. Todėl šiame darbe ir kalbama apie elektroninės žiniasklaidos poveikį ikimokyklinio amžiaus vaikams ir tiriama kokios priemonės padėtų kovoti su ypač lengvai prieinama, paprasta ir įdomia laisvalaikio praleidimo forma.

**Problema.** Kokį poveikį vaikų socializacijai ir ugdymui(si) daro elektroninė žiniasklaida, ir ar jį įmanoma kontroliuoti? Neištyrus ir konkrečiau neįvardijus elektroninės žiniasklaidos priemonių įtakos vaikų socializacijai ir ugdymui(si), neįmanoma parinkti ir priemonių jos įtakai sumažinti.

**Tyrimo hipotezė.** Tikėtina, kad:

- elektroninė žiniasklaida daro labiau neigiamą nei teigiamą įtaką ugdant ir formuojant vaiko asmenybę.
- Šiuolaikinėje aplinkoje tėvai nekontroliuoja vaikų praleidžiamo laiko prie televizoriaus ar kompiuterio.
- Elektroninė žiniasklaida – viena pagrindinių vaikų socializacijos ir ugdymo(si) priemonių.

**Tyrimo objektas.** Elektroninės žiniasklaidos vaidmuo ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos ir ugdymo(si) kokybei.

**Tyrimo tikslas.** Ištirti elektroninės žiniasklaidos vaidmenį ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos ir ugdymo(si) kokybei.

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Analizuojant mokslinės literatūros šaltinius teoriškai pagrįsti elektroninės žiniasklaidos vaidmenį ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos ir ugdymo(si) kokybei.
2. Ištirti tėvų nuomonę apie elektroninės žiniasklaidos vaidmenį vaikų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei.
3. Atlikti vaiko teisių apsaugą žiniasklaidoje reglamentuojančių teisės aktų analizę.
4. Išanalizuoti vaikų nuomonę apie elektroninės žiniasklaidos vaidmenį, jų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei.

**Tyrimo metodologija** grindžiama šiomis teorinėmis nuostatomis:

*Socialinių mokslų teorija*, vaikas identifikuoja su tėvais, perima jų elgesio modelį kaip

savąjį ir savo elgesį sutapatina . Iš tėvų vaikas įgija pirmąsias elementarias tinkamas elgesio žinias, išmoksta mąstyti palaipsniui, perima vis sudėtingesnes elgesio taisykles, pradeda susipažinti su vertybėmis žmogaus gyvenime.

*Į asmenybę orientuotas* (ugdymo ir bendravimo) *modelis* grindžiamas principu ne „šalia“ ir ne „virš“ vaiko, o kartu su juo (Juodaitytė, 2002). Tokio ugdymo tikslas - vaiko kaip asmenybės formavimasis per jo paties natūralią sąveiką su aplinka. Toks būdas leidžia realizuoti svarbiausius vaiko socialinės raidos uždavinius, ugdyti pasitikėjimą aplinka, pajusti gyvenimo džiaugsmą, formuoti asmenybę.

*Ugdymo* filosofijoje labai svarbus yra atsakymas į vaiko „aš“ savivaizdžio raidą ir gyvenimo prasmės paaiškinimą. Gyvenimo prasmė ir gyvenimo tikslas susiję abipusiai ryšiais. Vaiko vystymąsi galima apibūdinti kaip visų jo fizinių, protinių bei dvasinių galių savybių raidą. Šio proceso eigoje prigimtiniai ypatumai palaipsniui papildomi įsisavintais įgūdžiais. Ugdytojams ypač svarbu išmokyti vaiką realiai save įvertinti, jausti skirtumą tarp to, ką žmonės sako ar jį vertina viešai, ir susidaryti teisingą, objektyvią savimone.

### **Tyrimo metodai:**

*Teoriniai:* mokslinės ir metodinės literatūros analizė.

*Empiriniai:* kiekybinis tyrimas – standartizuota anketa raštu ir kokybinis tyrimas – standartizuotas interviu, dokumentų content analizė.

*Statistiniai:* anketinių duomenų kiekybinė aprašomoji analizė atlikta LibreOffice 3 kompiuterine programa. Šis metodas padėjo išsiaiškinti tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus (4-6 m.) vaikų, žiniasklaidos vartojimo poreikius, įpročius, kultūrą.

### **Tyrimo imtis ir organizavimas**

Magistriniame darbe realizuota mišraus tyrimo strategija apima kiekybinio ir kokybinio tyrimo metodų derinimą, siekiant suformuluoti geresnį problemos supratimą.



Kiekybiniame tyrime (anketinėje apklausoje) dalyvavo Šiaulių ikimokyklinio ugdymo įstaigas lankančių vaikų (4-6 m.) tėveliai. Iš viso atsitiktiniu atrankos būdu apklausta 140 tėvelių. Atlikta vaiko teisių apsaugą žiniasklaidoje reglamentuojančių teisės aktų content analizė. Pusiau struktūrinio interviu metodu apklausti 10 ikimokyklinio amžiaus vaikų.

**Tyrimo etapai.** Tyrimas buvo organizuotas *trimis etapais*:

I *etapas* (2010 m. lapkritis – 2011 m. rugsėjis): informacijos paieška mokslinės literatūros šaltiniuose, informacijos atranka, apibendrinimas, interpretavimas, analizė, vertinimas, lyginimas, siekiant suformuluoti darbo temą, tyrimo hipotezę, išskirti objektą, suformuluoti tikslą bei uždavinius, teorines tyrimo prielaidas . Tyrimo strategijos kūrimas. Sudarytas tyrimo dizainas.

II *etapas* (2010 m. gruodis – 2010 m. vasaris): Lietuvos Respublikos vaiko apsaugos nuo viešosios informacijos neigiamo poveikio reglamentuojančių dokumentų analizė.

III *etapas* (2011 m. rugsėjis – 2011 m. lapkritis): tyrimo metodikos ir instrumentarijaus sudarymas. Parengtos anketos tėvams. Rengiant anketas, buvo numatyti šeimų laisvalaikio, pomėgių bei įpročių problemas leidžiantys atskleisti klausimai.

IV *etapas* (2011 m. spalio – 2011 m. gruodis): atliktas kokybinis tyrimas. Išvadų formulavimas.

**Darbo naujumas.** Atsižvelgiant į tai, kad ikimokyklinio amžiaus vaikai (4-6m.) imliausi bet kokiai negatyviai bei pozityviai informacijai, buvo teoriškai pagrįstas elektroninės žiniasklaidos vaidmuo ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei.

Kiekybinio tyrimo rezultatų pagrindu atskleidžiamas ikimokyklinio amžiaus vaikus auginančių tėvų, kaip asmenų, labiausiai atsakingų už vaikų socializacijos ir ugdymo procesus, elektroninės žiniasklaidos teikiamų paslaugų vertinimas.

Atlikta vaiko teisių apsaugą žiniasklaidoje reglamentuojančių teisės aktų analizė, leidusi Remiantis pusiau struktūrinio interviu metodu bei vaizdinėmis priemonėmis, ištirta, koki poveikį turi elektroninė žiniasklaida ikimokyklinio amžiaus vaikams. Juk, ikimokyklinė vaikystė - daugelio vertybių formavimo(si) ir ugdymo(si) metas.

Manytume, jog atlikto tyrimo išvadomis ir rekomendacijomis galės pasinaudoti tėvai ir pedagogai, ugdantys ikimokyklinio amžiaus vaikus, jų socializacijos ir ugdymo kokybei gerinti.

**Darbo struktūra.** Darbą sudaro įvadas, du skyriai, išvados, rekomendacijos, literatūros sąrašas, priedai.

# 1. TEORINIAI ELEKTRONINĖS ŽINIASKLAIDOS VAIDMENS IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ (4-6 M.) SOCIALIZACIJAI IR UGDYMO(SI) KOKYBEI ASPEKTAI

## 1.1. Elektroninės žiniasklaidos priemonių apibrėžtis

Žiniasklaida (dar vadinama „Visuomenės informavimo priemonės“) – tai priemonės, skirtos pateikti informaciją plačiam žmonių ratui. Elektroninė žiniasklaida naudojant naujus perdavimo būdus (palydovinė ir kabelinė televizijos, kompiuteriniai tinklai), tradicinei žiniasklaidai sukuria vis didesnę konkurenciją“ (Enciklopedija „Lietuva“, 2008, p. 223).

Televizija (angl. *television* < *tele* - atstumas + lot. *visio* – regėjimas) – judamų ar nejudamų objektų atvaizdų peradresavimas per atstumą laidinio arba radijo ryšio priemonėmis. Pagrindinės vaizdo perdavimo grandys: televizijos perdavimo kamera, siųstuvas, siunčiamoji antena, ryšio kanalas, priimamoji antena, televizorius.

Internetas (angl. *Internet*) – pasaulinis kompiuterio tinklas, jungiantis visuotinius ir vietinius kompiuterio tinklus.

Jokia kita visuomenės informavimo priemonė nebuvo taip užvaldžiusi žmonijos kaip televizija. Televizija platina masinius įvaizdžius: ko siekti, ko norėti, kaip rengtis ir pan. Ji diktuoja madas, modeliuoja gyvenimą, jauseną, galvosena, formuoja nuomones, skonį (Jokubauskas, 2007).

Televizija tai viena pagrindinių laisvalaikio praleidimo formų daugelyje šalių, neišskiriant ir Lietuvos. Daugėja ne tik žmonių žiūrinčių televiziją, nerimauja D. Jokubauskas (2007), kartu nuolat auga ir televizijos žiūrėjimo dažnumas bei trukmė. O kuo ilgiau žmonės žiūri televiziją, tuo mažiau jie sugeba atsirinkti, todėl greičiau vyksta televizijos siūlomų vertybių bei elgesio modelių internalizacija, jie tampa savi ir priimtini.

Televizija – viena brangiausių, galingiausių ir veiksmingiausių reklamos priemonių, teigia D. Jokubauskas (2007). Televizijos era pakeitė radijo vaidmenį ir dar labiau susilpnino spausdintų reklamos platinimo priemonių padėtį. Dabar žmonės gali ne tik klausytis apie įvykius, bet ir stebėti juos sėdėdami namuose.

Televizijos auditorija labai įvairi. Teigiamas televizijos bruožas – patogumas. Vaizdo ir spalvų veiksmo ir judesio, garso ir muzikos derinys televizijos reklamoje didina poveikį žiūrovui (Jokubauskas, 2007).

Kiekvienas mūsų savaip supranta ir traktuoja reklamą. R. Ponelienė (2008) pateikia šiuos apibrėžimus:

Reklama – žinių skleidimas norint išgarsinti, patraukti, sudominti; skelbimas, plakatas, rodymas, pranešimas per radiją, televiziją ir kitos priemonės tam tikslui siekti.

Reklama (advertising) – bet kokios formos apmokamas ar bet kokiomis sąlygomis sukurtas pranešimas, susijęs su privačiais ar viešais verslo, pramonės, profesiniais interesais ir skirtas propaguoti tam tikrus produktus ar paslaugas .

Reklama – tai socialinės veiklos rūšis, susidedanti iš įvairių reklamos priemonių ruošimo, gaminimo, platinimo, taip pat reklaminės veiklos organizavimo.

Televizijos reklamoje naudojamos priemonės kartu yra ir poveikio auditorijai priemonės. Jos veikimas nėra staigus. Kaip ir kiekvienas plėtros procesas reklamos poveikis pasireiškia tam tikromis pakopomis: 1) žiūrovas atkreipia dėmesį į reklamą, 2) reaguoja, suvokia reklamą, 3) įsimena reklamos turinį ir idėją, 4) apdoroja informaciją, 5) asmeniškai įvertina turinį, 6) pasielgia taip, kaip liepiama reklamoje.

Didelę reikšmę televizijos reklamai turi dėmesio patraukimas pabrėžia D. Jokubauskas (2007). Jei pirmos reklaminio klipo sekundės nesudomins žiūrovo, jis paprasčiausiai gali perjungti kanalą ir tada reklama, savaime suprantama, savo tikslo nepasieks. Kadangi žmogus dažniausiai nereaguoja į tuos dalykus, kurie jam atrodo nereikšmingi. O tai kas susiję su jo asmeniniais poreikiais, interesais, polinkiais, jį domina, daro įspūdį bei įtaką. Norint pasiekti tikslą, reklamos kūrėjams žiūrovo dėmesį patraukti būtina. Didžiausia dėmesį patraukia unikali, nauja, savita reklama, kuri remiasi žmonių poreikiais ir interesais. Taip pat labai svarbu ar žmogus suvokia reklamos turinį, o suvokimui daug įtakos turi atskirų pojūčių rūšių vienybė.

Vaikai yra ypatinga žiūrovo grupė. Kitaip nei suaugusieji jie ne visada supranta, kas yra reklama ir ko siekia jos kūrėjai. Pagrindinis veiksnys, lemiantis, kaip vaikas suvokia reklamą, yra jo amžius. Tik 9-12 metų vaikai beveik atskiria reklamos pranešimų turinį. Jie jau suvokia, kad reklama nurodo, kokius daiktus pirkti, į reklamą žiūri kritiškiau ir objektyviau, sąmoningai priešinasi jos įtakai (Jokubauskas, 2007).

R. Ponelienė (2008) išnagrinėjusi I. Molčanovo ir V. Soročenko autorių medžiagą, televizinės reklamos poveikio vaikams klausimais, išskiria dvi pozicijas:

Pirmosios šalininkai teigia, kad reklama neturi neigiamo poveikio vaikų psichikai. Tarp psichologų, aktyviai dirbančių reklamos srityje, vyrauja nuomonė, kad moralinis iškelto problemos aspektas stipriai pervertintas. Jie pripažįsta, kad reklama dažnai būna apgaulinga, todėl vaikai nuo pat mažens turėtų išmokti skirti reklamą nuo realaus gyvenimo. Mokyti turėtų šeima ir švietimo įstaigos, o ne reklama.

Kiti psichologai kritikuoja tokį požiūrį. Šiandien reklamos kūrėjai stengiasi kaip galima anksčiau formuoti materialines vertybes, o tai gali nulemti vaikų savęs vertinimą ne pagal tai, kas jie yra, o pagal tai, kokias prekes ar paslaugas jie turi ar vartoja. Nesugebėjimas naudotis viskuo, gali sužadinti nepilnavertiškumo komplekso formavimąsi.

Virtualus pasaulis taip pat kelia pavojų ikimokyklinio amžiaus vaikams. Kadangi daugelis tėvų namuose turi kompiuterius ir nebeįsivaizduoja gyvenimo be informacinių technologijų.

Naujosios technologijos iš paskos seka ne tik pažanga, bet ir pavojai. Ypač jautrūs jiems yra vaikai, kurie naudotis kompiuteriu ir naršyti internete išmoksta kartais dar prieš pradėdami kalbėti. Galima sakyti, kad internetas turi dvi puses: 1) viena vertus jis padeda mokytis, bendrauti, tobulėti, 2) kita vertus, tai erdvė, kurioje gali ižeisti, priekabauti, tyčiotis, pavogti pinigus, apšmeižti ar kitaip skaudžiai pasinaudoti. Internetu naršantys vaikai dar neturi suvokimo, jie tiki, kad viską ką mato ekrane yra iš tikrųjų.

## **1.2. Elektroninės žiniasklaidos ypatumai ir problemos**

Informacijos paskirtis, teigia E. Žiobienė (2006) yra praturtinti žmogų dvasinėmis vertybėmis, padėti geriau orientuotis šiuolaikiniame pasaulyje, spartinti visuomenės pažangą. Bet kokie pokyčiai visuomenės struktūroje lemia ir visuomenės informacinių priemonių kaitą. Šiame amžiuje visuomenė reikalauja, kad informacijos būtų pateikiama kuo daugiau ir kuo greičiau. Kovoje dėl skaitytojo, klausytojo ar žiūrovo paprastai rungtijasi daug konkurentų. Pagrindinis tikslas – būti pirmam. Skubus informacijos pateikimas dažniausiai neapsieina be klaidų, faktų iškraipymo ar netiesos. Be to, nereikėtų pamiršti, kad pati visuomenė diktuoja savus poreikius, kurie šiandien labiau apsiriboja sensacijų paieška. Menkas vartotojų nuovokumas visuomenės informavimo priemonių rinkoje lemia tai, kad sensacingumas dažnai nustelbia sveiką protą. Vis labiau įsigali neigiamą atspalvį turintys reportažai.

Be abejo, techninė pažanga žmogui davė daug, mašinos palengvino fizinį darbą, bet per televiziją demonstruojami jausmai jau tapo mūsų jausmų pakaitalu, nebeliko būtinybės galvoti patiems, nes tai už mus gali padaryti televizorius ir kompiuteris. Tačiau visi šie suaugusiam malonūs dalykai vaikams gali būti tikriausi nuodai: kai gyvenimas reguliuojamas mygtuko spustelėjimu, vaikai praranda galimybę pažinti savąsias fizines galias, jas išbandyti, jie negali ugdyti savo jausmų ir mokytis juos reikšti, jiems nebereikia kūrybiškai mąstyti. Vietoj tikrojo pasaulio jie susiduria su virtualiu, vietoj savo galių ugdymo - su apribojimais.

Augančiam vaikui yra svarbu pažinti jį supantį pasaulį. Vedinas įgimto smalsumo, jis tarsi kempinė sugeria bet kokią iš aplinkos gaunamą informaciją. Ikimokyklinio amžiaus

vaikas dar nėra išsiugdęs gebėjimo analizuoti ir atsirinkti, kas svarbu, o kas nereikalinga. Jam tinka viskas, kas sugeba patraukti dėmesį. Be to vaikas turi begalę laiko. Vienintelis rūpestis – ką veikti. Žaislai, žaidimai įdomūs, kai šalia yra žaidimų draugas, be to tam reikia įdėti pastangų, būti aktyviam. Tad televizorius puiki išeitis, jis visuomet šalia, yra patrauklus, suteikiantis begalę informacijos, jį žiūrėti nereikia jokių pastangų, o ekrane vaizduojama realybė kartais būna kur kas patrauklesnė, nei ta, kurioje gyvena vaikas (Šūmakarienė, 2008).

A. Šūmakarienė (2008) pabrėžia, kad žiūrint televizorių žmogaus smegenų veiklos aktyvumas sulėtėja, ima dominuoti letarginės alfa bangos, pasiekiamas tam tikras atsipalaidavimas, o beta bangų, reikalingų budrumui ir mąstymui, gerokai sumažėja. Žmogus patenka tarsi į lengvą hipnozinį seansą, todėl žiūrimas televizorius net tada, kai nieko įdomaus jis nerodo. Televizija tampa tarsi sąstai, kurie vilioja, įtraukia ir nepaleidžia. Netgi vienerių metų vaikas žiūri ne todėl, kad norisi žiūrėti, o todėl, kad negali nežiūrėti rašo Z. ir N. Nekrasovos (2008). Beje, taip nutinka ir suaugusiems, kai sėdėdami prie televizoriaus suvokia, kad nieko doro nemato, bet atsitraukti jėgų neturi. Tad šiais laikais televizorius tarsi šeimos narys. Daugelis žmonių nebeįsivaizduoja gyvenimo be televizoriaus.

Apie televizijos neigiamą poveikį vaikams R. Kabailaitė (2000) kalba ne tik apie fizinį poveikį - akių gadinimą, kenksmingą spinduliavimą, ugdomą nejudrumo įprotį ar ginčytiną televizijos programų vertingumą. Blogiausia yra tai, kad TV kaip ir kitos elektroninės priemonės smarkiai žaloja ikimokyklinio amžiaus vaiko vaizduotę, kuri yra be galo svarbi sveikos individualybės vystymuisi. Per televiziją rodoma reklama labiausiai stabdo vidinę vaiko veiklą. Pažvelgus į vaiką, sėdintį prie televizoriaus matome, kad jis tarsi užhipnotizuotas, jo mąstymas, kalba nutyla. Į jį labai įtaigiai įsiskverbia svetimos mintys, požiūriai, stereotipai, kurių vaikas dar metų metus neįstengs blaiviai įvertinti. Vaikai, kurie pastoviai žiūri televizorių, labai skiriasi nuo kitų vaikų teigia R. Kabailaitė (2000), savo nesugebėjimu susikaupti, padriku elgesiu ir judesiais taip pat mąstymu, kadangi jie remiasi paviršutiniškėmis, jau susiformavusiomis asociacijomis.

Reikėtų priminti, teigia L. Skruibytė (2007), kad animaciniai filmai vaikams, yra antras pagal svarbą autoritetas po tėvų, pavyzdys augant. Tad kokį poveikį mūsų mažamečiams daro filmų žiūrėjimas? Kokį pasaulio vaizdą laidos kuria mažojo žiūrovo sąmonėje?

Animacija atlieka didžiulį vaidmenį formuojant asmenybę, kuri turės realiame gyvenime prisitaikyti prie visuomenės. Tikriausiai joje turi būti prievartos, kadangi jos yra tikrame gyvenime. Tačiau ji neturėtų būti lydima juoko. Kova tarp gėrio ir blogio vakarietiškuose filmukuose lyg ir pradingsta, t. y. vyksta pati dėl savęs. Herojai daužo vienas kitą per gyvybiškai svarbius organus ir, atrodytų, kuris nors vargšelis nebe prisikels, tačiau jis ir toliau

laksto. Ką iš to sužino vaikai? Tai, kad fizinė jėga yra svarus argumentas, kad galima žmogui daužyti per galvą, ir jam nieko nenukens (Skruibytė, 2007).

Atsidūrę naujoje situacijoje ir nebūdami tikri, kaip reikėtų pasielgti, žmonės prisimena matytą elgesį ir jį dažnai net nesąmoningai pakartoja, primena S. Kirijanovienė (2008). Tad nors televizija įrodinėja, kad ji neskatina žiūrovų mėgdžioti, kad ji tik atspindi visuomenės polinkį smurtauti ir vaizduoja „realų gyvenimą“, tačiau realiame gyvenime tik nedaugelis žmonių tarpusavio problemas sprendžia muštynėmis. Vaikams prisižiūrėjus veiksmo bei animacinių filmų gali susidaryti įspūdis, kad muštynės – įprastas ir normalus santykių aiškinimosi būdas.

Televizija užgrūsta pigiais animaciniais filmais, kuriuose nėra nei meninės vertės, nei pamokomo moralo vaikams, apgailestauja R. Jonikaitė (2010). Dabar jau dažnai sunku atskirti, kas yra skirta vaikams, kas suaugusiems. Žiaurus elgesys, vienas kito žalojimas, įtemptas siužetas vaikus prikausto prie televizijos ekranų. Kūrėja pastebi, kad vaikai nebeturi kantrybės žiūrėti gražių, ko nors vertinga pamokančių animacijos filmų – jiems reikia veiksmo, kopijuoti matytas kovos scenas. Ji teigia, kad svarbu ne tik rodyti vertingus filmus, bet ir paskui apie tai padiskutuoti, ką mažieji suprato, ko pasimokė, taip mokomasi tinkamai susitapatinti su personažais ir išsakyti savo nuomonę.

Televizijoje stebima agresija susilpnina žmogaus jautrumą žiaurumui ir skausmui, pažymi S. Kirijanovienė (2008). Smurto vaizdai išprovokuoja atitinkamas mintis, sumažina vaiko gebėjimą valdytis ir sužadina jo paties agresiją. Tai, kad agresyviai elgiasi daugelis filmų herojų, skatina vaikus ir suaugusius manyti, kad agresyviai elgtis nėra blogai. Nors žmonėms nemalonu matyti smurtą ir jo sukeltą skausmą, tačiau dažnai ekrane stebimos smurto scenos pripratina žmogų prie smurto ir mažina jo jautrumą jam. Jeigu kurį laiką dažnai vartojami keiksmažodžiai – nustojama į juos reaguoti. Daugybė žiaurių vaizdų lygiai taip pat emociškai atbukina ir žmogus ramiausiai tvirtina, kad jo tai nejaudina.

Galiausiai dažnas agresijos stebėjimas per televiziją pakeičia žiūrovo realybės supratimą – būtent šis televizijos poveikis pats galingiausias. Televizijos kanalai reklamuoja daugybę „realybės“ šou, tačiau su gyvenimo realybe jie nieko bendro neturi. Dažniausiai tai būna tendencingai surežisuotos netikusių vaidintojų aistros, intrigos, tuštybės demonstravimas ir komercinis siekis viską parduoti kaip realybę.

Patekę į sugalvotąjį pasaulį, žiūrovas įtiki, jo realumu ir tarytum pasijunta truputėli su juo susijęs, su tuo kitu gyvenimu. Štai tai ir patraukia tiek vaikus, tiek ir suaugusius – visus, teigia Z. ir N. Nekrasovos (2008). Kai išsitrina riba tarp tikrovės ir fantazijos, iškyla sunkumų, pritaria D. Žemaitytė (2011). Čia, vos keliais spustelėjimais, tvarkomos naujo pasaulio erdvės,

statomos ir griauamos visatos, tampama didvyriais ir pakliūvama į keblias situacijas. Tai pasaulis, kur vaikai pasijunta absoliučiais šeiminkais. Čia galima įsakinėti, bausti ir pasigailėti, išleisti ir išvaryti, spręsti užduotis arba išsisukti. Šis virtualus pasaulis ryškesnis, vaizdesnis, nei realus.

Kol vaikai nesusigauja, kas yra gerai, o kas blogai, jiems labai kenksminga matyti agresijos ir pasityčiojimo vaizdus, juk jie mokosi, vystosi mėgdžiodami suaugusiuosius, dažniausiai – savo tėvus. Tačiau svečias, gyvenantis ekrane, vaikui taip pat tampa šeimos nariu, taigi vaikas mėgdžioja ir jį. Z. ir N. Nekrasovas (2008) siūlo neskubėti mažylio pripratinti prie didžiojo ekrano, o pradėti nuo rusų animacinių filmų. Senieji animaciniai filmai stebėtinai humaniški, juose viešpatauja teisingumas, todėl, kad visados laimi tvarka ir todėl, kad yra tokia linija, tokia neperžengiama dorovės riba.

Įdomu tai, kad vaikai žiūrėdami televizorių kartu su tėvais, mato ne visai tai, ką mano suaugusieji. Jie gali sutelkti dėmesį į tas detales, į kurias suaugusieji visiškai nekreipia dėmesio ir padaryti visiškai netikėtas išvadas. Tad animacinius filmukus būtų daug naudingiau žiūrėti iš vaizdajuosčių, kad sustabdžius būtų galima paaiškinti tai, ko mažylis nesuprato. Tai nereiškia, kad tėveliai privalo visą laiką sėdėti šalia ir žiūrėti kartu, tai reiškia, kad reikia vaikui padėti susigaudyti, ką jis mato.

Dar viena problema – televizija yra viena brangiausių, galingiausių ir veiksmingiausių reklamos priemonių. Reklamos kūrėjai išskirtinį dėmesį skiria vaikams, kaip potencialiems pirkėjams. Vaikai yra ypatinga žiūrovų grupė. Kitaip nei suaugusieji jie ne visada supranta, kas yra reklama ir ko ja siekiama. Reklamos kūrėjai specialiai studijuoja vystymosi psichologiją, kad galėtų manipuliuoti vaikų norais ir poreikiais, o per vaikus pasiekti jų tėvų kišenes, tai reklama neišvengiamai daro vaikams didžiulę įtaką.

Anksčiau vaiko pasaulį formavo tėvai, draugai, darželis, mokykla, literatūra, animaciniai filmukai, dabar į šį pasaulį įsiveržė ir reklama. Reklama formuoja vaiko supratimą apie jį supančius daiktus, tačiau daro tai savaip. Vaikas gali susidaryti klaidingą įspūdį, manydamas, kad viskas labai paprastai pasiekama: „Jeigu išgersiu pieno, tai būsiu nenugalimas ir stiprus.“ Taip pat kyla klausimas, ar visada vaikas be tėvų pagalbos nuėjęs į parduotuvę ir padavęs kažkokią kortelę suvoks, kad negali gauti, ko panorėjęs, nes reklamoje buvo taip rodoma. Reklama formuoja stereotipus, vartotojišką kultūrą, kuri kuria įvairias mados tendencijas. Vaikams norisi turėti reklamuojamą žaislą, žinoma, dar labiau norisi, jei jį turi ir kiti vaikai (Meilius, 2011).

Todėl labai svarbu atkreipti dėmesį į vaikus, kaip reklamos skleidžiamą žinią supranta mažiausieji visuomenės dalyviai, teigia E. Meilius (2011). Juk šie vaikai mokysis ir augs mūsų kuriamoje bendruomenėje.

Ikimokyklinio amžiaus vaikai dar nemąsto kritiškai, todėl jie ir reklamą suvokia tiesiogiai. Reklama teikia tam tikras vertybes, stereotipus, formuoja požiūrį į vyro ir moters santykius. Pažvelgus į mūsų reklamą dažnai matome moterį, vaizduojamą tik kaip seksualumo simbolį. Šeima reklamoje rečiau teikiama kaip vertybė, o moteris neretai tampa sekso objektu, vyrai dažnai viską žinantys, agresyvūs, nepriklausomi. Ne paslaptis, kad vaikai dažnai mėgdžioja suaugusiuosius, toks yra jų mokymosi gyventi būdas, tačiau reklama, kaip pamėgdžijimo šaltinis, ne visada gali būti tinkamu pavyzdžiu. Jei vaikas neturi šalia žmonių, kurie jam paaikškina, teikia kitų vertybių, tai psichologiškai stipriai veikia vaiko mąstymą (Meilius, 2011).

Daugeli metų ginčijamasi, kenksmingas ar naudingas kompiuteris vaikų ugdymui. Kompiuterių skeptikų atstovai mano, kad to, ko labiausiai reikia mažam vaikui, kompiuteris negali duoti. Mokydamiesi suprasti ir pažinti pasaulį, vaikai vadovaujasi pojūčiais. Jiems reikia patiems viską pačiuoipinėti, paragauti, pauostyti, išgirsti ir pamatyti. Kompiuteris siūlo tik kopijuoti ir mėgdžioti tikrąjį pasaulį. Net pati smagiausia piešimo veikla kompiuteryje, kai ekrane matome greitai judantį teptuką, dirbtines žirkles, o pelės spragtelėjimu galime atlikti įvairius veiksmus, niekada net iš tolo neprilygs tiems įspūdžiams, kuriuos sukelia tikras sąlytis su dažais ir popieriumi (Stankevičienė, 2010).

K. Stankevičienė (2010) išryškina ir kitą problemą. Strateginiuose-koviniuose žaidimuose, kuriuos mėgsta žaisti vaikai, yra nemažai žiaurumo, prievartos, šaudymo, naikinimo elementų. Tai gali sukelti pernelyg aštrius pojūčius, norą demonstruoti jėgą, narsą, skatina agresiją, žiaurumą. Dėl to nukenčia gerųjų savybių, tokių kaip užuojauta, meilė, noras padėti, rūpintis kitais žmonėmis, ugdymas(is). Be abejo, vaikui reikia smagių pramogų, tačiau ne visada tai turėtų būti kompiuteriniai žaidimai. Mažiesiems kur kas naudingiau konstruoti, žaisti kūrybinius žaidimus, judėti, bėgioti gryname ore.

Kompiuteriai gali būti puikia mokymo priemone. Žaidimai sveikatos temomis gali mokyti sveikų įpročių, skrydžio imitavimo žaidimai - padėti išmokti skraidyti, o ko galima tikėtis iš smurtinių žaidimų? Pats terminas „kompiuteriniai žaidimai“ yra klaidinantis, nes tai nėra tie žaidimai, kuriuos žaisdami vaikai mėgdžioja tikrovę ir patys turi progos fantazuoti ir kurti toliau. Šie žaidimai didina nervinę įtampą ir dažnai yra žiaurūs, todėl galima sakyti, kad jie (nors netiesiogiai) ugdo žiaurumą.



Kalbant apie kompiuterius, tai K. Stankevičienė (2010) teigia, kad jie naudingi tuomet, jei tarnauja tik kaip vaiko veiklos pajvairinimo priemonė plėsti akiratį, ugdyti pažinimo poreikį, praturtinti žaidimus, skatinti bendravimą ir gerą elgesį, tyrinėjimus ir problemų sprendimą, meninę ir konstrukcinę, kūrybinę veiklą. Kompiuteriai turėtų tik papildyti vaiko žaidimus bei veiklą su dėlionėmis, kaladėlėmis, knygomis, dailės priemonėmis.

Galima paskatinti vaiką bandyti piešti linija, spalvomis, eksperimentuoti garsais ir kita. Labiau įgudęs vaikas galėtų kurti siužetus iš paties nusipieštų piešinėlių ar kompiuteryje atrastų paveikslėlių, bandyti užrašyti siužeto pavadinimą, savo vardą ir kita. Jei vaikas paprašo, sugalvotą pasakojimą ar sukurtą pasaką tėveliai galėtų užrašyti ir išsaugoti kompiuteryje, kad vaikas bet kada turėtų galimybę pasidžiaugti savo atradimais ir kūryba (Stankevičienė, 2010).

Maži vaikai nesugeba atskirti tikro pasaulio nuo virtualaus. Jie remdamiesi savo pojūčiais ir įvairiapusiais išgyvenimais, pasitelkia vaizduotę ir patys aktyviai kuria. Šis aktyvus kūrybinis procesas kiekvieno vaiko yra savitas. Galima sakyti, kad neribota vaikų vaizduotė kasdien kuria naujus pasaulius. O kompiuterinės programos, besiremiančios tokiais variantais kaip „teisinga - neteisinga“, „pirmyn - atgal - toliau“ arba „taip - ne“ luošina ir riboja vaikišką vaizduotę, neleidžia vystyti vaiko išradingumui, kurio jam vėliau labai reikės (Vaikas ir kompiuteris: Valdorfo pedagogikos centras, 2007)

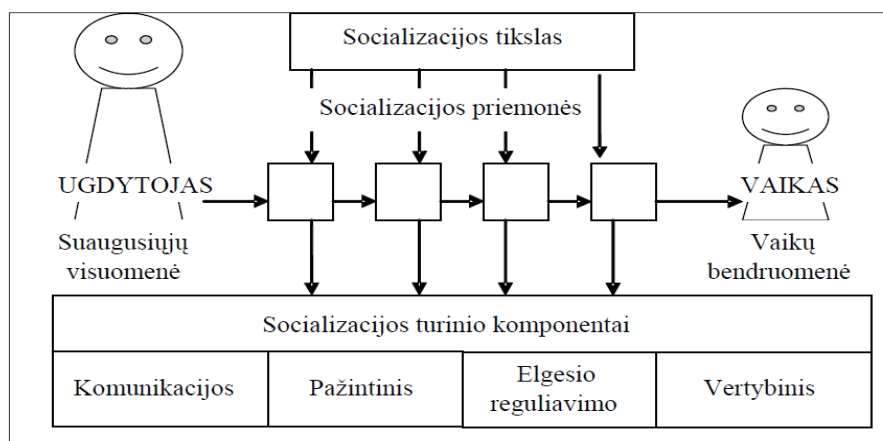
Teisingai naudojamas kompiuteris moko vaikus dalintis, laukti savo eilės ir žaisti komandoje. Vaikams skirti kompiuteriniai žaidimai yra interaktyvūs, t.y. vaikas tarsi bendrauja ir reaguoja. Žinoma, prie kompiuterio leidžiamas laikas turėtų būti ribojamas, tačiau nemažai programų leidžia keliems vaikams žaisti vienu metu ir suteikia nemažai emocijų (Landsbergienė, 2008).

Šiais laikais mokėti dirbti kompiuteriu, galima sakyti, yra būtina. Jei vaikui neįdomu, nereikia jo mokinti informacinių technologijų terminologijos teigia A. Landsbergienė (2008). Taip pat nereikėtų į kompiuterius sudėti per daug vilčių. Kompiuteris yra tik įrankis, kuris gali padėti užtvirtinti tai, kas jau yra daroma, todėl jokių būdu neturi pakeisti skaitymo ar žaidimų su vaiku.

Taigi, apibendrinant galima teigti, jog ikimokyklinio amžiaus vaikams svarbu parodyti ir įrodyti, kad realus pasaulis taip pat nepaprastai įdomus, o televizorius ir kompiuteris tik pagalbininkai, teigia Z. ir N. Nekrasovas (2008).

### **1.3. Vaikų socializacijos samprata, tikslai, turinys**

N. F. Golovanona (2004) pateikia tokį bendrą vaiko socializacijos modelį (žr. 1 pav.).



1 pav. Vaiko socializacijos modelis

Šis modelis taikomas visuomeniškai vertingai asmenybei formuoti, kai dėmesys sutelkiamas į būsimos visuomenės piliečių vidinių savybių visumą, lemiančią jo veiklą ir elgesį, savarankiškumą ir atsakingumą (Bražienė, 2007; Mockienė, 2007).

Socializacija – tai bendrojo lavinimo, profesinio mokymo bei asmenybės formavimo procesas, rengiant būsimąjį visuomenės narį savarankiškam gyvenimui, siaurąja prasme, socializacija – tai „visuomeniškai vertingos asmenybės formavimas kryptingu ugdymo ir aplinkos veiksniais“ (Jovaiša, 2007).

Samprata „socializacija“ interpretuojama įvairiai. Socializacija – tai procesas, kurio metu individai išmoksta ir internalizuoja tam tikros kultūros tinkamus požiūrius, vertybes, įsitikinimus ir elgesio būdus (Kvieskienė, 2000). Socializacija yra procesas, kuriam vykstant, bejėgis kūdikis pamažu įgyja savimone, tampa nuovokia asmenybe, sugebančia elgtis taip, kaip priimta kultūrinėje aplinkoje, kurioje kūdikis auga (Juodaitytė, 2000). Socializacija – socialinis individo plėtojimas, socialinės patirties perėmimas ir atgaminimas veikiant, bendraujant. Tai mokymasis prisitaikyti prie grupės ar visuomenės normų. Socializacija – asmens socialinis vystymasis visą gyvenimą – socialinės patirties perėmimas ir pritaikymas veikloje, bendravime, adaptacija visuomenėje (Adomaitienė, 2003). Kitų autorių nuomone, socializacija yra išmokimo procesas apskritai, trunkantis visą gyvenimą ir apimantis tiek vaiko, tiek ir suaugusiojo elgesį (Suslavičius, 1998). Taigi šis procesas vyksta nuosekliai visą žmogaus gyvenimą, tačiau vaikai, kaip socialinė grupė, yra jauniausi pagal savo amžių, tad visiškai priklausomi nuo suaugusiojo.

Vaikystė yra sudėtingas žmogaus gyvenimo periodas, ypač socialine prasme: vaikui reikia ne tik atrasti socialinį pasaulį, bet ir tapti jame subjektu. Todėl socializacijos vaikystėje neįmanoma suprasti remiantis tik formaliais vaikystės periodo apibūdinimais, bet taip pat ji

negali būti suprantama kaip mechaninis, tiesiogiai įgyto patyrimo rezultatas, vaikui perimant visa tai, ką siūlo suaugę ( A. Juodaitytė, 2000).

Įvairių socialinių institucijų vaidmuo vaiko socializacijos raidoje yra nevienodas. Vienos turi stichinį, trumpalaikį poveikį, o kitos vykdo tikslingo bei nuoseklaus poveikio asmenybės formavimuisi funkciją. I. Leliūgienė (2002) teigia, jog socializacijos institucijomis, kurios veikia augantį vaiką, laikomos: šeima, kultūra, religija ir švietimas. Šeima – pagrindinis socializacijos veiksnys, kurio dėka vaikas įgyja esminių socialinių žinių, susiformuoja įgūdžius bei gebėjimus, perima vertybes bei idealus, taisykles ir normas, būtinas gyvenant jį supančioje visuomenėje. Švietimas turi tokią pačią svarbą sėkmingai vaiko socializacijai. Per jį vaikas susitapatina su vertybėmis, dalyvaudamas žinių perėmimo procese, vaikas ne tik įgyja išsilavinimą, bet ir adaptuojasi prie gyvenimo visuomenėje. Kultūra – tai socializacijos institucija, kuri yra sukaupusi visas žmonijos sukurtas materialines ir dvasines vertybes. Leliūgienė savo straipsnyje primena rusų religijos filosofijos atstovo P. Florenskio mintį: „kultūra – tai terpė, auginanti ir maitinanti asmenybę“. Sunku pervertinti tą poveikį, kurį asmenybės vaiko tapsmo procese daro kultūra: literatūra, muzika, dailė, žiniasklaida ir kita. Religija – tai amžinosios dvasinės vertybės.

Pirmasis žmogaus gyvenimo periodas – vaikystė – sulaukia vis daugiau edukologų dėmesio. Tačiau ilgą laiką šis periodas nebuvo siejamas su bendraisiais žmogaus socializacijos ir ugdymo procesais, stokota metodologinių nuostatų jų ryšiams interpretuoti. Todėl tokios sąvokos kaip socializacija ir ugdymas vaikystėje edukologijos moksle yra itin svarbios.

A. Juodaitytė (2000) savo straipsnyje pateikia L. Broom sąvokos „socializacija“ interpretaciją: „Kadangi visuomenės nariai turi išlaikyti socialinę konkurenciją, socializacija vaikystėje yra svarbus sociologinių ir psichologinių tyrimų objektas“. Jis šią sąvoką priskiria dviem socialinių mokslų šakoms – sociologijai ir socialinei psichologijai, nors ir nurodo, jog pagrindiniai uždaviniai vaikystėje yra pasiekiami tik ugdymu: kalbos įgūdžių sudarymas ir kt. A. Juodaitytė mano, kad būtent socializacijos proceso metu dedami pamatai suaugusio žmogaus socialiniam gyvenimui.

Edukologijoje svarbus kitoks socializacijos vaikystėje interpretavimas, t. y. atskleidžiant vaikų ir suaugusiųjų galimybių įvairovę. L. Broom aprašo du vaikų socializacijos visuomenėje modelius – slopinant bei dalyvaujant, bei aiškina šių modelių kilmę. Atsiradimą grindžia skirtingomis tėvų ir kitų suaugusiųjų žmonių pažiūromis į vaiką, kaip individualybę ir asmenybę.

Autorė šiame straipsnyje išsamiai aiškina, ką reiškia minėti du modeliai: socializacija slopinant – pabrėžia paklusnumą, socializacija dalyvaujant – vaiko išikišimą. Slopinant,

baudžiama už blogą elgesį, o dalyvaujant atsidėkojama už gerą elgesį. Vadinasi, galima daryti išvadą, jog socializacija slopinant pabrėžia paklusnumą, pagarbą autoritetui ir išorinę kontrolę. Bendravimo metu į vaiką žiūrima iš aukšto, dažnai komanduojama arba pasirenkami tokie teiginiai, kurie slopina vaiko norą į juos atsakyti. Socializacija dalyvaujant suteikia vaikui laisvę išbandyti įvairiausių dalykus ir iširti pasaulį pačiam.

Mums labiau priimtinas yra antrojo pobūdžio socializacijos modelis. Jame vaikas yra aktyvus socializacijos proceso dalyvis, jam yra sudaromos sąlygos savarankiškai sąveikai su gyvenimo tikrove. Suaugęs žmogus, visokeriopai palaikantis vaiko ieškojimus ir bandymus, yra jo sėkmės ir saugumo garantija.

Jau buvo paminėta, kad socializacijos sąvoka įvairiai interpretuojama. Bendriausias jos apibūdinimas būtų toks: „Visuminė aplinkos įtaka, kuri sudaro sąlygas vaikui dalyvauti visuomenės gyvenime, suvokti kultūrą ir atlikti tam tikrą socialinį vaidmenį“. Ši samprata artima „ugdymo“ terminui. Tačiau nepaisant panašios jų prasmės, pastaroji sąvoka kur kas platesnė. Ugdymas gali būti suprantamas kaip kryptingi veiksmai, kuriais stengiamasi vaikui skiepyti pageidaujamus bruožus ir savybes. Socializacija kartu su ugdymu atlieka tam tikrą socialinį ir kultūrinį poveikį, kurio dėka vaikai perima visuomenės, žmonių gyvenimo kultūrą, ir žmonių gyvenimo būdo. Sudėtingėjant visuomeninio gyvenimo kultūrai, jos perdavimo formos diferencijuojasi, specializuojasi. Be abejo, vaiko perėjimas į ikimokyklinio ugdymo instituciją yra jam ypač reikšmingas, nes „rengimas gyvenimui dabar atskiriamas nuo praktinio vaiko dalyvavimo jame“ ( Juodaitytė, 2000).

Vaiko socializaciją lemia trys pagrindinės sąlygos. Pirma, vaikas turi gimti žmonių visuomenėje, tai yra pasaulyje, kuriame jis galėtų socializuotis. Antra, vaikas turi turėti būtiną biologinį paveldą. Trečia, vaikas turi turėti galimybes užmegzti, reikšti ir kurti emocinius ryšius, emociškai bendrauti su kitais, reikšti meilę, dėmesį, simpatijas, gėdą, pyktį, gailėstį, pagarbą. Socializacija – visuomenės kultūros perteikimo vaikams procesas, siekiant formuoti vaiko individualybę, paklūstančią tam tikroms kultūros tradicijoms ir socialinėms normoms (Kvieskienė G., 2005, 22). Tai yra žmogaus adaptavimasis jį supančių žmonių bendrijoje. Galima teigti, kad socializacija – tai procesas, kurio metu suaugusieji ir vaikai mokosi vieni iš kitų. Socializacija, prasidėjusi šeimoje ir kitose socialinėse grupėse bei institucijose, kiekvieną individą integruoja į visuomenę skirtingai ir sudaro galimybes kurti savo individualybės bruožus bei vertybes.

Tai glaudžiai tarpusavyje susiję vienas kitą papildantys procesai. Sparti vaiko raida socializacijos procesus daro labai sudėtingus. Realiame vaiko ir visuomenės gyvenime jie sunkiai atskiriami ir suvokiami.

Individualūs, vaikų socializaciją veikiantys asmenys ir jų grupės funkcionuoja ne patys savaime, o dideliuose socialiniuose institutuose. Kuo sudėtingesnė visuomenės veikla, kurioje turi dalyvauti vaikai, tuo labiau šie institutai negali patenkinti visų vaiko poreikių.

#### **1.4. Ikimokyklinio amžiaus vaikų socializacijos procesus lemiantys veiksniai**

V. Aramavičiūtė (2009) pateikė socializavimo veiksmų sistema – tai įvairių ugdymo bei švietimo institucijų ir grupių sistema, apimanti ir paties žmogaus saviugdą. Iš jų ypač daug dėmesio skiriama šeimai, kaip pirminei žmogaus auginimo ir jo socializavimo institucijai. Šeima užima svarbiausią vietą asmenybės socializacijoje, nes ji veikia vaiką, kaip ir kiekvieną jos narį, visose savo gyvenimo srityse. Tačiau šeimos poveikis daug priklauso nuo to, kokie šeimoje taikomi socializavimo modeliai – slopinimo ar dalyvavimo, kiek jie tarpusavyje susipina ir kiek veikia vaiko vidaus pasaulį, nulemiantį žmogaus esmę ir vertę. Nors vaikui pradėjus lankyti ikimokyklinio ugdymo įstaigas, keičiasi jo santykiai su tėvais, šeima ir toliau lieka jaunosios kartos socializavimo centras, nes joje susipina įvairiausios visuomeninio gyvenimo gijos. Šeima – pirmoji ir svarbiausia institucija, siejanti kiekvieną savo narį su kitomis institucijomis (Aramavičiūtė, 2009).

Kita vertus, šeima negali aprėpti visų gyvenimo sričių ir jose kylančių problemų. Todėl būtinas šeimos bendradarbiavimas su kitomis visuomeninėmis institucijomis, pirmiausia, žinoma, ikimokyklinio ugdymo įstaigomis, kurios savo ruožtu į pagalbą telkiasi daugelį kitų ugdymo institucijų, savanoriškų tarnybų, kultūros įstaigų.

##### **1.4.1. Šeimos reikšmė vaiko socializacijai**

Galima diskutuoti, teigia L. Jurkonytė (2011), kuris iš socializacijos veiksmų turi didžiausią įtaką ugdant ir formuojant jauno žmogaus asmenybę, tačiau tikriausiai nekyla abejonių, kad šeima yra pirmoji socialinė struktūra, perteikianti tam tikrus elgesio modelius. Vaikams jau ankstyvame amžiuje perduodamos visuomeninės ir pilietinės vertybės, jie taip pat gauna pagalbą integruodamiesi į visuomenę.

Ikimokyklinio amžiaus tarpsnyje, R. Žukauskienė (1996) išskiria du svarbius uždavinius tėvams. Visų pirma svarbu efektyviai bendrauti su vaiku ir kitais šeimos nariais, t.y. kurti sėkmingos komunikacijos atmosferą šeimoje. Antras uždavinys – skatinti ir vystyti ikimokyklinio amžiaus vaiko komunikacijos įgūdžius. Efektyvi komunikacija šeimoje gali užkirsti kelią konfliktams ir kitiems santykių nesklaidumams. Šeimoje įgyta patirtis vėliau perkeliama į bendravimą su žmonėmis už šeimos ribų - žinodami, kaip efektyviai bendrauti, vaikai geriau sutaria su bendraamžiais ir pedagogais.

Atviras, aiškus ir šiltas bendravimas su tėvais yra vienas iš veiksnių, skatinančių tinkamą ikimokyklinio amžiaus vaikų elgesį. Bendravimas arba komunikacija gali būti verbalinė ir neverbalinė. Efektyvi komunikacija šeimoje gali užkirsti kelią konfliktams ir kitiems santykių nesklaidumams. Ikimokykliniame amžiuje tėvams itin svarbu kurti sėkmingos komunikacijos atmosferą šeimoje ir padėti vaikui įgyti efektyvios komunikacijos įgūdžių.

Kalbinius įgūdžius šiame amžiaus tarpsnyje lavina labai įvairi veikla – knygelių skaitymas, eilėraščių mokymasis, dainavimas, įvairūs žaidimai ir tiesiog paprasčiausias kalbėjimasis. Netgi nurodoma, kad ikimokykliniame amžiuje vaikų kalba tobulėja ir specialiai nemokant (Žukauskienė, 1996). Vaikai patys mokosi klausydamiesi ir bendraudami su suaugusiais.

Kitas svarbus kokybiško ugdymo aspektas yra ritmas (fazė, skatinanti aktyvumą, po to – ramybė) – tai skirtingų dalykų pasikartojimas gyvenime. Aiškiausiai žmogus jaučia paros ritmą, kuomet aktyvi veikla kaitaliojasi su poilsiu, miegu. Kokybiškas poilsis yra labai svarbus, nes tada kūnas gali atstatyti jėgas, prarastas per dieną. Vaikui ypač naudingas vakaro miegas iki 24 valandos. Taip pat itin svarbus yra pasikartojantis savaitės ritmas: pirmadienio, antradienio ... šeštadienio, sekmadienio veikla bei metų ritmas: metų laikų kaita, su tuo susiję įvykiai ir šventės. Vaikas, kuris gyvena ritmingai yra sveikas, nes jo organizmas iš anksto ruošiasi tam tikrai veiklai. Taigi, vaiko gyvenimas šeimoje turėtų būti ritmingas, darželyje taip pat yra dienvartė, kuri nuolat kartojasi, taip sukurdamą pastovumą, tikrumą, žinojimą, kas jo laukia. Kai kuriems vaikams darželis yra vienintelė vieta, kur jie gali palaikyti ilgalaikius ir pastovius santykius su tais pačiais žmonėmis, tuo pačiu laiku ir tose pačiose vietose (Ragauskienė, 2011).

Kitas ne mažiau reikšmingas aspektas yra ribos. Jų paskirtis – padėti vaikui vystytis, todėl jos neturi būti nei per silpnos, nei per stiprios teigia, I. Ragauskienė (2011). Ribos vaikui – saugumo garantas, nes jį gąsdina, kai suaugęs nežino, kaip kas nors gyvenime turi būti. Mažiems vaikams reikalingas autoritetas, kurio jie gali klausyti, juo tampa tėvai ir pedagogai. Nustatydami ribas, suaugę prisiima atsakomybę už tai, kas vyksta mažylio gyvenime. Šeimoje tokią atsakomybę prisiima tėvai, o darželyje – pedagogai. Vaikai, kuriems viskas leidžiama, dažniausia būna išsigandę, besiblaškantys savo vaikiškame gyvenime, nes nežino, kaip reikia elgtis. Vaikai, nepatyrę tam tikrų nustatytų ribų, užaugę negali, nemoka patys prisiimti atsakomybės už savo gyvenimą. Suaugęs – autoritetas, kuris su meile nustato ribas vaikui. Tačiau veiksmingai nustatome tik tas ribas, kuriomis patys tikime.

Tiek anksčiau, tiek dabar galioja vienas auklėjimo principas dėsto E. Machova (2011) muzikanto bei prodiuserio A. Mamontavo mintis, tėvai vaikams sako: „Daryk, kaip aš sakau, bet nedaryk, kaip aš darau“. Mano galva tai neteisinga. Tarkim, tėvas vaikui aiškina

„Nerūkyk!“, nors pats traukia dūmą. Vaikai pamokslų neklauso, bet seka gyvu pavyzdžiu. Taip yra ir nieko nepakeisi. Vaikų auklėjimas pirmiausia yra savęs auklėjimas. Kad galėtum pasakyti: „Daryk kaip aš“, bet tuo pačiu būti tikras, kad jam tai nepakenks“.

Deja gyvas pavyzdys ne visada veikia, nes daugelį vertybių, normų, nuostatų, elgesio pavyzdžių bei kitų socializacijos veiksnių perduoda ne tiesiogiai tėvai ar kiti suaugusieji (autoritetai), o „tarpininkai“, dažnai žiniasklaida (televizija, žurnalai, radijas, internetas ir pan.). „Keičiasi tėvų bei švietimo įstaigų vaidmuo, silpnėja jų galimybė iš esmės turėti įtakos vaiko socializacijai. Galiausiai žiniasklaidos priemonių įtaka gali būti tokia didelė, kad jose vyraujančios temos tampa komunikacijos pagrindu, ašimi, apie kurią sukasi ne tik menkai pažįstamų žmonių, bet ir šeimos bendravimas“ (Sakalauskas, 2000, p. 35).

Apibendrinama I. Ragauskienė (2011) drąsiai teigia – už vaiko auklėjimą ir ugdymą šių dienų visuomenėje esame atsakingi visi: ir šeima, kuri vaiką ugdo namie, ir pedagogai, kuomet jis yra darželyje. Todėl vaikui labai svarbūs yra auklėtojų ir tėvų tarpusavio santykiai, geranoriškumas, profesionalumas ir susikalbėjimas. To siekti padeda prasmingas suaugusiojo vidinis darbas su savimi. Veiksniai skatinantys vaiko socializaciją ir ugdymo(si) kokybę:

Saugumas – tai tikėjimas tuo, kad pasaulis geras, suprantamas ir nuspėjamas, kad jis neapgaus ir neišduos, kad yra žmonių, kurie visada ateis į pagalbą, palaikys, paguos. Saugumo pojūtis gali pradingti, kai tėveliai į vaiką deda tam tikras viltis, o šis juos nuvilia, tada vaikas gali imti pasikliauti kompiuteriu, kuris sudaro galimybes pamiršti šio pasaulio baimes ir būgštavimus. Taip atsitinka, kai vaikas praranda saugumo jausmą.

Bendravimas – tai ne tik pasišnekučiuoti ar pažaisti, bet poreikis turėti savo žmogų, tai prisirišimas, draugystė. Ypač sunku tiems vaikams, kurie neturi normalaus bendravimo su tėvais. Jie dažnai draugystę randa virtualiame pasaulyje arba žiūrint televiziją.

Pagalba ir pripažinimas – su mažu vaiku derėtų elgtis kaip su sau lygiu. Nežeminti, neižeidinėti, atsižvelgti į jo nuomonę, suteikti galimybę saviraiškai. Kitaip labai gali būti, kad vaikas, nerealizavęs savęs šiame pasaulyje, pereis į virtualų.

Savęs realizavimas - kai vaikas negali savęs realizuoti, tampa pernelyg reiklus, jam amžinai ko nors trūksta. O iš tikrųjų jam trūksta jūsų dėmesio, nuoširdaus kontakto.

Ikimokyklinio amžiaus vaikams ypač svarbu, kad tėvai būtų šalia, tiesiog juos išklausytų, kad jie pajustų, jog su mama ne mažiau įdomu negu vaikytis nerealias būtybes. O ką nors taisyti kartu su tėčiu – daug maloniau negu statyti virtualius rūmus.

#### **1.4.2. Ikimokyklinio ugdymo įstaigų reikšmė vaiko socializacijai**

Ugdymas – socialinis reiškiny, kuriantis žmogų kaip asmenybę tuo metu, kai jis

bendraudamas sąveikauja su aplinka bei žmonijos kultūros vertybėmis (Bitinas, 1996).

Ugdymas – asmenybę kuriantis žmonių bendravimas sąveikaujant su aplinka bei žmonijos kultūros vertybėmis. Ugdymo sąveikos apimtis didelė; ji apima auginimą, švietimą, mokymą, lavinimą, auklėjimą, formavimą. Ugdymas vyksta derinant veiklą, bendravimą, bendradarbiavimą, santykius ir sąveiką. Galima skirti dvi ugdymo puses : išorinę ir vidinę (Jovaiša, 1993).

Ugdymas, kaip sudėtinė socializacijos proceso dalis, veiksmingai keičia asmenybės moralines nuostatas, jos visuomeninę sąmonę. Pastarosios pagrindu formuojama elgsena. Šis sudėtingas procesas turi savo logiką: žinios apie moralines vertybes turtina individo sąmonę, intelektą; virtusios įsitikinimais bei įpročiais, kaip stabilesnėmis žmogaus sąmonės savybėmis, labai lemia jaunuolio elgseną (Bitinas, 1996).

Ugdymas yra valdomas ir tikslingas socializacijos procesas. Tačiau nėra manoma, kad oficialiuose socialiniuose institutuose (darželiuose) socializacija visada tikslinga, o neoficialiuose – priešingai. Socializacija vienu metu gali būti ir tikslingas, ir netikslingas procesas.

Ugdymo ir socializacijos sferos įvairiais visuomenės raidos etapais kartais visiškai priartėja viena prie kitos, kartais labai atitolsta. Išsilavinimo ir ankstyvosios vaikų socializacijos procesai kartais susilieja. Šį reiškinį galima pastebėti dabartinėje visuomenėje, kai šalia didelių vaiko akademinų laimėjimų didelis dėmesys yra skiriamas vaikų socialinių žinių kaupimui, sampratų atsiradimui bei socialinių įgūdžių susidarymui bendravimo ir bendradarbiavimo srityse.

R. Želvio (2003) žodžiais tariant, „kokybę galima apibrėžti kaip tam tikrą standartų atitiktį ar paslaugos tobulinimo laipsnį. Tačiau kokybę galima apibrėžti ir kaip kliento reikalavimų tenkinimą ir viršijimą“. Šiandieninės ikimokyklinės įstaigos turi dvejopą paskirtį – talkinti šeimai, ugdančiai vaiką, ir bendradarbiauti su šeima, ugdant jį vaikų darželyje (Litvinienė, 2002). Kuriant demokratinį ir humanistinį vaikų ugdymo modelį, ikimokyklinio ugdymo institucijose itin svarbus tampa paslaugų kokybės valdymas. Vaikų darželio bendruomenė yra mikromodelis visuomenės, kurioje siekiama vaikų ugdymo kokybės. Tėvus ir pedagogus vienija vienas tikslas – vaiko gerovė. Vaikas kryptingai ugdomas tada, kai darniai sutaria šeima ir vaikų darželis, kai vaiko ugdymas darželyje ir šeimoje vienas kitą papildo (Litvinienė, 2002).

„Ikimokyklinio ugdymo kokybę Lietuvoje grindžiama normatyviniais dokumentais, kurių pagrindą sudaro vaikų kompetencijų – socialinės, sveikatos saugojimo ir stiprinimo, pažinimo, komunikavimo ir meninės – plėtotė. Teikiamų ikimokyklinio ugdymo paslaugų



kokybės negalima apibūdinti vienareikšmiškai, todėl reikia išsiaiškinti, nuo ko priklauso paslaugų kokybė, santykio tarp paslaugos vartotojo (tėvo) ir tiekėjo (pedagogo) supratimą, vaiko priežiūros, ugdymo, finansavimo galimybes ir kt. “ (Martišauskienė, 2008).

Auklėjimo ir ugdymo vaidmuo vaiko socializacijai labai didelis. Be jo neišsivaizduojama nei techninė, nei dvasinė žmonijos pažanga. Be šeimos, ikimokyklinio ugdymo įstaiga išlieka viena svarbiausių socializacijos institucijų, prisiimanti vis daugiau socialinių funkcijų, kurios yra svarbi pagalba vaikams (Gudžinskienė, 2010; Petronienė, 2010).

Ikimokyklinis ugdymas – vaiko tėvų ir pedagogų pastangos sėkmingam ateinančios kartos visuomenės piliečio startui. O vaiko gyvenimo sąlygos darželyje priklauso nuo šeimos ir valstybės dalijimosi vaiko auginimo atsakomybe. D. Kavaliauskienė, R. Jasmontienė (2011) teigia, kad ikimokyklinio ugdymo įstaigų privalo (žr. 1 lentelė) :

1 lentelė. Ikimokyklinių ugdymo įstaigų paskirtis

UGDYTI	suteikti vaikui galimybę įgyti daugiau patirties per aktyvią veiklą
AUKLĖTI	per išgyvenimus ir patirtį mokyti reikšti jausmus, juos atskleisti ir išvystyti, mokyti įveikti situacijas, spręsti konfliktus, bendrauti
RŪPINTIS	ne tik fiziologinių, bet ir sielos poreikių kokybe, kad santykiai su kitais vaikais ir suaugusiaisiais būtų jaukūs ir malonūs, teiktų saugumo, tikrumo, skatintų draugauti, jausti kitų pritarimą ir palaikymą esant didelės šeimos nariais
PRIŽIŪRĖTI	visuomenei vis dar priimtinausia ir suprantamiausia darželio auklėtojo funkcija

Glaudus tėvų ir pedagogų bendradarbiavimas – vienas esminių gerą ugdymą teikiančio darželio bruožų, pritaria I. Ragauskienė E. Bužauskaitė (2011). Abipusė parama ir pagalba, savitarpio supratimas yra reikšmingos vaikų ugdymo sąlygos. Vaikui labai svarbu, kad ir namuose, ir darželyje požiūris į jo auklėjimą nesiskirtų. Darželio pedagogai ir tėvai siekia vieno bendro tikslo – sėkmingai užauginti vaiką, atsakingą asmenybę.

Švietimo ir ugdymo skyriaus vyriausioji specialistė A. Bukmanaitė (2010), nurodo tėvų, visuomenės bei pedagogų nuomone, koks turi būti kokybiškas ugdymas:

- turi būti grindžiamas į vaiką orientuoto ugdymo filosofija;
- tenkinti vaiko poreikius ir laiduoti ugdymo(si) tęstinumą;
- laiduoti vaiko gyvenimo įstaigoje gerovę;

- apimti svarbiausias vaiko ugdymo sritis, t. y. būti integralus;
- vykti taikant šiuolaikines ugdymo technologijas;
- vykti tinkamai struktūruotoje aplinkoje.

Bei išskiria sampratų skirtumus, kad kokybiškas ugdymas sietinas su (žr. 2 lentelė):

2 lentelė. Kokybiškas ugdymas tėvų ir pedagogų požiūriu

Visuomenės ir tėvų požiūriu	Pedagogų požiūriu
1) gera vaiko priežiūra	1) gera vaiko savijauta, turingu vaikų ugdymu grupėje, gerai įrengta aplinka
2) gera vaiko savijauta ir rūpestinga auklėtoja	2) gerais vaiko pasiekimais, geranoriškais darželio ir tėvų santykiais, rūpestinga auklėtoja
3) gerais vaiko pasiekimais	3) gera vaiko priežiūra
4) turingu vaiko ugdymu grupėje	

Vaikų ugdymosi kokybei turi įtakos tai, kaip jaučiasi aplink juos esantys žmonės, todėl labai svarbu, kad šalia jų esantys suaugę jaustųsi gerai, norėtų tobulėti kaip asmenybės (Ragauskienė, 2011). Ikimokyklinio ugdymo pedagogai privalo gerbti vaiką, būti lankstūs ir kūrybingi, smalsūs ir atviri, pasirengę spontaniškiems veiksams. Privalo būti ramūs, linksmi ir žaismingi, greitai reaguojantys, empatiški, komunikabilūs ir atidūs. Būti profesionalūs ir konstruktyvūs, taikyti žinias nepaisant jokių trukdžių: nuolatinė gynyba nuo papildomų išorės reikalavimų, biurokratinės kontrolės, skurdžios buities ir kt., dėsto D. Kavaliauskienė ir R. Jasmontienė (2011) ikimokyklinio ugdymo pedagogų darbo ypatumus.

Jau buvo minėta, kad šiandieninės ikimokyklinės įstaigos viena iš paskirčių, tai tėvų ir pedagogų bendradarbiavimas. Jis naudingas tuo, kad bendra veikla suartina tėvus ir vaikus, kelia tiek tėvų, tiek pedagogų autoritetą. Negalima pasiekti gerų rezultatų atsiskyrus nuo šeimos, nes tėvai atlieka daugelį socialinių vaidmenų. Jie šeimoje - įkvėpėjai ir drąsintojai, padėjėjai ir palaikytojai, stebėtojai ir vertintojai, planuotojai ir organizatoriai, iniciatoriai ir dalyviai (Bužauskaitė, 2011).

E. Bužauskaitė (2011) pritaria I. Ragauskienė (2011), teigdama, kad namuose - tėvai, darželyje - pedagogai tenkina būtiniausius mažylio poreikius, apgaubia rūpesčiu, ugdo jį, tačiau labai svarbu, kad tėvai ir pedagogai pasitikėtų savimi bei pačiu vaiku. Suaugusieji yra tie, kurių elgesį mėgdžioja vaikas. Todėl tėvai ir auklėtojai turėtų auklėti prasmingai, t. y. vis pagalvodami, užduodami sau klausimą „kodėl aš tą darau, ko aš siekiu, sekdamas pasaką,

eidamas su vaiku pasivaikščioti, piešdamas, švęsdamas šventes ir t. t.“. Nuo tėvų ir pedagogų emocinės būsenos, tikėjimo savimi labai priklauso vaikų ramybė.

### **1.5. Elektroninės žiniasklaidos poveikis vaiko socializacijai ir ugdymo(si) kokybei**

Vienas iš XXI amžiaus bruožų yra įvairių gyvenimo sričių (socialinių paslaugų, technologijų) bei kokybės gerinimas. Nuolat keliami aukšti reikalavimai šiuolaikinio žmogaus (vaiko), privalančio orientuotis plačiame mokslo sričių kontekste, naujų veiklos rūšių ir būdų ugdymui(-si). Žmogaus (vaiko) ugdymo kokybė turi atitikti tuos kultūros kriterijus, kurie jau yra tapę realybe, todėl būtinybė įsisąmoninti ir išsaugoti šiuos pasiekimus kelia aukštesnius reikalavimus (Juodaitytė, 2000).

Sparti informacinių technologijų raida paliečia ne tik suaugusįjį, bet ir mažą vaiką. Tai neišvengiama būtinybė, formuojanti naują vaikų ugdymo(si) kultūrą teigia K. Stankevičienė (2010).

Vaiko raida pirmaisiais gyvenimo metais yra intensyvi ir padeda pamatą visam tolesniam gyvenimui. Vaikas turi išmokti kaip reikia bendrauti, koks kasdienių veiksmų eiliškumas, kaip suvokti laiką ir erdvę, koku būdu ieškoti sprendimų, visko kas suaugusiems atrodo savaime suprantama. Ikimokyklinio amžiaus vaikui jau pavyksta nemažai dalykų. Šiame amžiaus tarpsnyje savo kūrybingumą jis išreiškia piešimu, vaidyba, šokiu ar muzika, žaidimu (Šerkšnienė, 2007; Baronienė, 2007). Vaikai iš prigimties yra linkę sužinoti kažko naujo, tikrinti savo galimybes. Ankstyvame amžiuje svarbus suaugusiųjų palaikymas ir paskatinimas, o žaidimas yra labiausiai motyvuojantis dalykas. Tačiau elektroniniais ir kompiuteriniais žaidimais vaikas turėtų žaisti kuo mažiau.

R. Šerkšnienė ir Ž. Baronienė (2007) pabrėžia, kad ikimokyklinio amžiaus vaikams būtina lavinti bendrųjų ir smulkiųjų raumenų motoriką – bėgioti, laiptoti, šokinėti, suktis, suptis, užlipti ir nultipti laiptais, piešti spalvinti, karpyti, klijuoti, vaidinti, persirenginėti ir t.t. Taip pat svarbu, kad vaikai bendrautų ir kuo daugiau žaistų su kitais vaikais. Tai lavina jo socialinius įgūdžius. Kontaktas su kitais vaikais padeda susirasti pirmuosius draugus, ugdyti jautrumą aplinkinių poreikiams, išklaudyti, t.y. padeda vaikams augti emociškai. Vaikai supranta, kad svarbūs yra ne tik jų, bet ir aplinkinių norai ir poreikiai.

Itin svarbus socializacijos veiksnys, darantis didelį poveikį mažo žmogaus asmenybei, yra žiniasklaida. Ji tampa itin svarbiu asmenybės socializacijos veiksniumi, nes formuoja išorinio pasaulio sampratą, požiūrį į įvairius reiškinius, elgesio normas, vertybių sistemą.

Televizija padeda vaikams dar ikimokykliniame amžiuje susipažinti su daugeliu reiškinių. Ši tendencija ypač ryški ketvirtaisiais-šeštaisiais gyvenimo metais. A. Banaitienė ir

S. Raižienė (2009) pateikia Z. Tidikienės (1989) nuomonę, kad „televizija pažeidė klasikinę vaiko amžių atitinkančią pasaulio pažinimo logiką ir nuoseklumą – nuo artimo prie tolumo. Jau mokyklinio amžiaus šiuolaikiniam vaikui kartais tai, kas toliau, yra geriau pažįstama, negu šalia esantys dalykai. Televizija smarkiai išplėtė vaikų žinias, pagreitino pasaulio pažinimo tempus“.

Įvairūs tyrimai patvirtino, kad agresyvaus turinio filmų, netgi animacinių, žiūrėjimas (ypač pakartotinis) didina vaikų agresyvumą: kuo daugiau smurto ir prievartos demonstruojama televizijos laidoje, tuo dažniau vaikai savo tarpasmeniniuose konfliktuose laiko agresiją veiksminga problemų sprendimo priemone. Kitas neigiamas žiniasklaidos poveikio aspektas tas, kad informacijos priemonėse siekiama sudominti kuo didesnę auditoriją, pateikiant kuo operatyvesnę ir kraupesnę informaciją, nesigilinant į nusikaltimų priežastis ar sąlygas, kuriomis formavosi nusikaltėlio asmenybė. Todėl itin svarbu, kad tėvai padėtų vaikams atsirinkti tai, ką galima žiūrėti, o ką tiesiog praleisti (Jurkonytė, 2011).

Šiais laikais dažnai net ikimokyklinio amžiaus vaikai jau moka naršyti internete, naudotis televizoriaus nuotolinio valdymo pulteliu ir pan. Jeigu vaikams atsiranda galimybės naudotis šiais gebėjimais be suaugusiųjų priežiūros, tai gali tapti problema. Vaikai tikrai nėra apsaugoti nuo viešoje erdvėje šmėžuojančios pornografinio, smurtinio ar kitokio pobūdžio vaiko psichinę būklę, protinę bei dorovinę raidą žalojančios informacijos (Šadzevičius, 2010).

Žinoma, kad kai kurie vaikai tiesiog „prilimpa“ prie kompiuterio. Tėvai į tai reaguoja įvairiai: vieni didžiuojasi, o kiti labai nerimauja. Mokslininkų nuomonių yra įvairių. Vieni teigia, kad naudojimasis kompiuteriu ikimokyklinio amžiaus vaikams yra labai naudingas: išryškėja pozityvūs įvairių gebėjimų pokyčiai, padidėja matematinio mąstymo galimybės, kūrybiškumas, išsiplečia kritinio mąstymo ir problemų sprendimo instrumentų arsenalas, mažieji labiau patiki galimybe keisti supančią aplinką. Sparčiai vystosi vaikų savęs suvokimas, didėja pažinimo poreikis. Taip pat teigia, kad kompiuteriniai žaidimai ugdo greitą reakciją, lavina rankų motoriką, vizualinį objektų supratimą, regėjimo-motorinę koordinaciją, atmintį ir dėmesį, loginį mąstymą. Jie skatina gebėjimą analizuoti, apibendrinti, klasifikuoti ir rasti nestandartinius sprendimus sudėtingoje situacijoje, siekti savo tikslo.

Kiti teigia, kad ikimokykliniame amžiuje kompiuteris yra tiesiog kliūtis, stabdanti vaiko vystymąsi, tik nuostabių vaikystės dienų „vagis“. K. Stankevičienė (2010) pateikia Valdorfo pedagogikos atstovų nuomonę, „kad to, ko labiausiai reikia mažam vaikui, kompiuteris negali duoti. Mokydamiesi suprasti ir pažinti pasaulį, vaikai vadovaujasi pojūčiais. Jiems reikia patiemis viską pačiupinėti, paragauti, pauostyti, išgirsti ir pamatyti. Kompiuteris siūlo tik kopijuoti ir mėgdžioti tikrąjį pasaulį. Net pati smagiausia piešimo veikla kompiuteryje, kai

ekrane matome greitai judantį teptuką, dirbtines žirkles, o pelės spragtelėjimu galime atlikti įvairius veiksmus, niekada net iš tolo neprilygs tiems įspūdziams, kuriuos sukelia tikras sąlytis su dažais ir popieriumi“.

Ikimokyklinio amžiaus vaikams net ugdomųjų ir mokomųjų žaidimų poveikis gali būti neigiamas - sulėtėja branda, slopinamas susidomėjimas paprastais vaikiškais žaidimais bei bendravimas su bendraamžiais, mažėja dėmesio koncentracija, menčiau ugdomi vaizduotė. K. Stankevičienė (2010) pateikia anglų psichologų mokslinių tyrimų išvadas.

D. Žemaitytė (2011) teigia, kad elektroninės žiniasklaidos vartotojai, turi pasirinkti, kas jiems reikalinga informacijos gausoje, turėtų savo nuomonę ir formuoti savo vertybes ir neleisti jais manipuliuoti. Jei suaugusieji mokės patys apsisaugoti ir vaikus apsaugoti, tai bus naudinga visiems.

Svarbu bandyti kartu suprasti, koks laidų, filmukų, kompiuterinių žaidimų kūrėjų tikslas, ką jie nori pasakyti, tėveliai gali palyginti su savo patirtimi, nuostatomis, aptarti su vaikais tuos dalykus, kurie nebuvo paminėti laidoje, bet yra svarbūs. Kalbėti apie smurtą ir jo pasekmes, kaip galima taikiai išspręsti konfliktą taip pat apie tai, kad realybėje žmonės būna įvairūs ir paprieštarauti stereotipams. Aptarti reklamų tikslus ir mechanizmus, pabrėžiant jos vienpusiškumą, spaudimą pirkti (Šūmakarienė, 2008).

## 2. ELEKTRONINĖS ŽINIASKLAIDOS VAIDMENS IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ (3-5 M.) SOCIALIZACIJAI IR UGDYMO(SI) KOKYBEI EMPIRINIS TYRIMAS

### 2.1. Tyrimo metodologija ir metodai

*Ankstyvosios komunikacijos teorija.* Pasak H. Inniso (1951), visuomenei prieinamų informavimo priemonių įtaka visuomenės organizacijai labai didelė - nefunkcionalios informavimo priemonės riboja visuomenės vystymosi galimybes. M. McLuhanas (1964) išplėtojo H. Inniso iškeltas mintis, teigdamas, kad, informavimo priemonių pobūdis visuomenės socialinę struktūrą veikia kur kas labiau nei pats turinys. Televizija - elektroninė žiniasklaidos priemonė, kuri perteikia ne tik turinį, bet ir vaizdą bei emocijas.

Prancūzų *postmodernisto* Jeano Baudrillard'o nuomone, šiuolaikinių masinės komunikacijos priemonių poveikis iš esmės skiriasi nuo kitų technologijų poveikio ir yra daug stipresnis. Televizija ne tik parodo žiūrovui pasaulio vaizdą, bet vis labiau apibrėžia, koks iš tikrųjų yra pasaulis, kuriame gyvename. Pasak jo, didžioji pasaulio pažinimo dalis atkeliauja per televiziją – ypač per žinias ir aktualijų laidas.

J. Baudrillard'as teigia, kad, visur pasklidus masinio informavimo priemonėms, kuriama nauja realybė – hiperrealybė, suplakant žmonių elgseną ir žiniasklaidos sukurtus vaizdinius. Hiperrealybės pasaulis kuriamas naudojant vaizdinius, kurių prasmė kyla iš kitų vaizdinių, todėl jie neturi jokio „išorinės realybės“ pagrindo. Taigi, televizija - visų pirma masinės kultūros platintoja ir propaguotoja.

**Tyrimo metodai.** Empiriniam tyrimui pasirinktas kiekybinis ir kokybinis tyrimo metodai - pusiau struktūrinis interviu bei anketinė apklausa.

Pusiau struktūrinis interviu pasirinktas, nes šiam metodui būdinga vidinė struktūra, tačiau respondentui leidžiama netrukdomai reikšti savo mintis. Taikant pusiau struktūrinį interviu naudojamos tarsi „špargalkos“, kur surašomos pagrindinės temos, etapai, svarbiausi momentai, kad nepraleisti kokios nors svarbios problemos.

Interviu vyko dviem etapais:

1. Įvadinė dalis. Nereikšmingas pokalbis, respondentų palankumui įgyti.
2. Vykdomas pašnekesys pagal iš anksto numatytą programą.

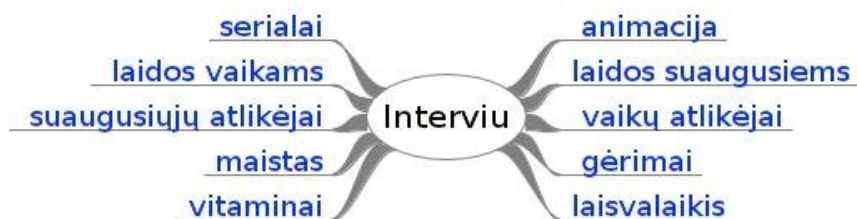
Tyrime dalyvavo atsitiktinai pasirinktų dviejų Šiaulių miesto lopšelių-darželių 4-5 metų vaikai. Prieš pradėdant tyrimą, tėvai buvo prašomi duoti sutikimą dėl vaikų dalyvavimo tyrime. Taigi tyrime dalyvavo iš viso 10 vaikų (6 mergaitės ir 4 berniukai). Tiriama 5 – keturių metų ir

5 – penkerių metų vaikai. Tyrime nedalyvavo jaunesni nei keturių metų vaikai, siekiant gauti tikslesnius rezultatus. Tyrimas atliktas 2011 m. lapkričio mėn. 21-25 dienomis.

Vaikai buvo apklausiami asmeniškai, tiesiogiai. Apklausos pradžioje siekiant užmegzti kontaktą su vaiku, buvo kalbama apie vaiko pomėgius, norus, įvairios veiklos metu: žaidžiant, bendraujant, išlaukus tinkamo momento. Vėliau buvo kalbama apie tai ką jie veikia namuose, ar žiūri televizorių, ar žaidžia kompiuteriu ir taip pamažu pereinama prie pagrindinės pokalbio temos.

Apklausa buvo pusiau struktūrinė, t. y. jos metu buvo pateikiami ir iš anksto paruošti klausimai ir papildomi klausimai, kurie leido pasigilinti ar išsiaiškinti tam tikrus vaiko pasakojimo elementus. Kad vaikams būtų lengviau atsakyti į užduodamus klausimus, naudojamos pagalbinės vaizdinės priemonės (žr. 1 priedas).

Interviu vaikams sudaro šios struktūriniai blokai (žr. 2 pav.)



2 pav. Interviu struktūriniai blokai

Kiekvienam struktūriniam blokui buvo parinktos vaizdinės priemonės. Vaizdinėms priemonėms buvo atrinkti paveikslėliai, geriausiai atspindintys pasirinktą bloką.

Blokas „animacija“ suskirstytas į subblokus ( žr. 3 pav.).



3 pav. Animacijos subbloškai

Vaikams uždavinėjant klausimus buvo stengiamasi išsiaiškinti, kuriuos paveikslėlius vaikas žino, kaip dažnai ir su kuo vartoja/žiūri/žino paveiksluke vaizduojamus objektus. Išsiaiškinti, kodėl patinka paveiksluke vaizduojamas objektas.

Kiekybinio tyrimo (anketinės apklausos) tikslui pasiekti ir išsikeltiems uždaviniams įgyvendinti, buvo pasirinkti Šiaulių ikimokyklinio ugdymo įstaigas lankančių vaikų (3-5 m.) tėveliai. Iš viso atsitiktiniu atrankos būdu apklausta 140 tėvelių: 82 tėveliai auginančių keturmečius, 48 – penkiamečius, 10 tėvelių – šešiamečius.

Apklauso instrumentas (klausimynas) ikimokyklinio amžiaus vaikus auginantems tėveliams, buvo konstruojamas remiantis mokslinės literatūros analize bei teorinėmis išvadomis (žr. 2 priedas).

Klausimyną tėvams sudaro šios struktūrinės dalys:

- Instrukcija tėvams;
- 4 diagnostiniai blokai;
- Demografinių klausimų blokas

Anketoje pateikti uždari ir atviri klausimai

*Instrukcijoje* trumpai pristatoma tyrimo tema, tikslas, tyrimo reikšmingumas, dalyviams, akcentuotas apklauso konfidencialumas.

Klausimyną tėvams sudaro 4 diagnostiniai blokai (žr. 4 pav.):



4. pav. Tėvų apklauso diagnostiniai blokai

*Demografinių klausimų blokas.* Šis blokas sudarytas iš 6 klausimų (žr. 5 pav.)



5 pav. Tėvų apklauso demografinis blokas.

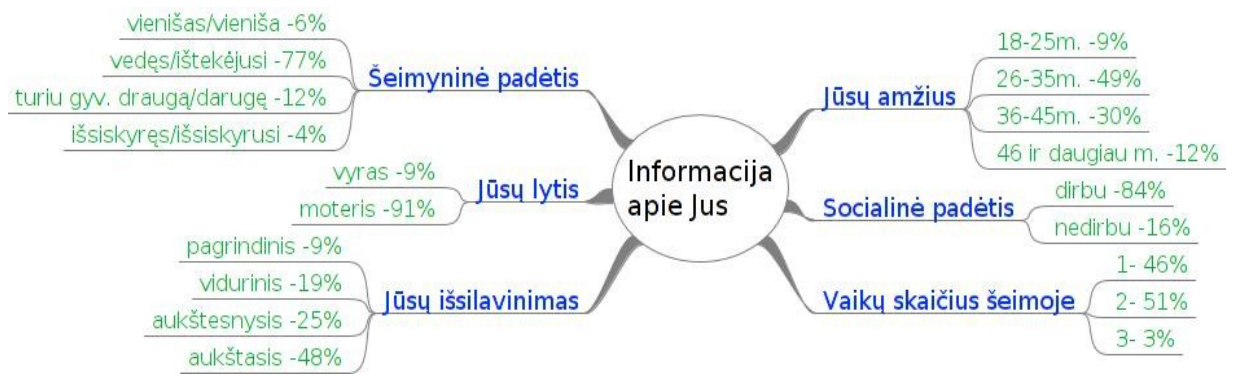
Kiekybinė anketinės apklauso duomenų matematinė statistinė analizė atlikta Atviro kodo programine įranga. Grafiniam duomenų vaizdavimui pasitelkta LibreOffice 3 programa, leidžianti sugrupuoti ir palyginti duomenis viename paveiksle.

## **2.2. Tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, elektroninės žiniasklaidos vaidmens vertinimo rezultatų analizė**

Tyrimas dalyvavo Šiaulių ikimokyklinio ugdymo įstaigas lankančių vaikų (3-5 m.) tėveliai. Iš viso atsitiktiniu atrankos būdu apklausta 140 tėvelių: 20 tėvelių auginančių trimečius, 82 tėveliai auginančių keturmečius, 38 – penkiamečius.

Demografiniai duomenys (proc.) pavaizduoti 1 paveiksle (žr. 6 pav.).





6 pav. Demografiniai duomenys (proc.).

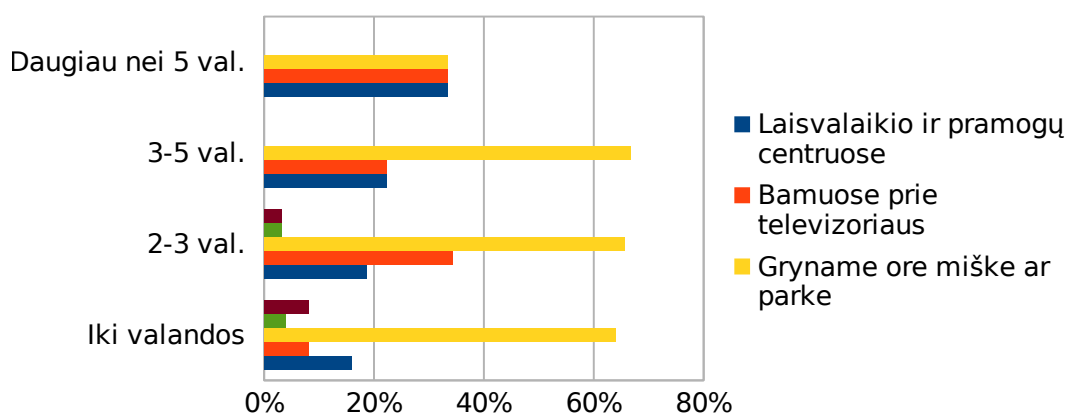
Tyrimo dalyvių demografiniai duomenys parodė, kad dauguma apklausoje dalyvavusių tėvų priklauso 26-35 metų amžiaus grupei, ir tai sudaro (49 proc.), didžioji dauguma turi aukštąjį išsilavinimą (48 proc.), dauguma apklaustųjų gyvena santuokoje (77 proc.), bei dirba (84 proc.), daugiausia dalyvavusiųjų tyrime turi du vaikus šeimoje (51%).

Demografiniai duomenys buvo parengti, kad išsiaiškinti ar priklauso žiniasklaidos vartojimo poreikiai, įpročiai, kultūra nuo tėvų išsilavinimo, amžiaus, šeimyninės padėties, socialinės padėties. Didelio skirtumo tarp gautų rezultatų nepastebėta, todėl duomenys išsamiau neaptariami.

Už ikimokyklinio amžiaus vaikų asmeninį ir socialinį vystymąsi didžiausia atsakomybė tenka tėvams. Tad pirmuoju tyrimo etapu, taikant anketinės apklausos metodą, siekta iširti tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, elektroninės žiniasklaidos vartojimo poreikius, įpročius, kultūrą. Gauti rezultatai patvirtina, kad teoriškai tėvai labai susirūpinę, tačiau praktiškai daugelis pamiršo televizoriaus ir kompiuterio daromą žalą mažųjų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei. Nors logikos požiūriu visiškai suprantama, jog ikimokyklinio amžiaus vaikai yra visiškai priklausomi nuo suaugusiojo, tad tereikia kuo dažniau išjungti televizorių ar kompiuterį.

Naujų informacinių technologijų problema ir vaikų pasinerimas į tas technologijas yra susiję su šeimos tarpusavio santykiais, nusistovėjusiais įpročiais, žiniasklaidos vartojimo kultūra. Tyrimo metu gauti duomenys atskleidė, kad tėveliai teikia pirmenybę laisvalaikį leisti gryname ore (64 proc.), prie televizoriaus (23 proc.), laisvalaikio ir pramogų centruose (19 proc.), bendravimą su šeimos nariais, žaidžiant įvairius žaidimus (3 proc.), kaime (4 proc.). Visiems žinoma, kad fizinis aktyvumas vienas iš pagrindinių individo fizinės, socialinės ir emocinės gerovės sąlygų. Judėjimas būtinas kiekvienam žmogui, augančiam organizmui ypač,

nes jis intensyviai auga, tvirtėja, tobulėja. Vaikų požiūris į fizinį aktyvumą yra suformuojamas tėvų, kadangi jie kopijuoja suaugusiuosius, tad tyrimo rezultatai džiugina, kad dauguma tėvelių teikia pirmenybę fiziniam aktyvumui gryname ore, tačiau verčia sunerinti tai, kad ikimokyklinio amžiaus vaikus auginantys tėvai per dieną vidutiniškai 2-3 val. (46 proc.) kiti 3-5 val. (17 proc.) skiria televizijos žiūrėjimui (žr. 7 pav.).



7 pav. Tėvų laisvalaikio praleidimo būdo ir laiko prie televizoriaus praleidimo santykis

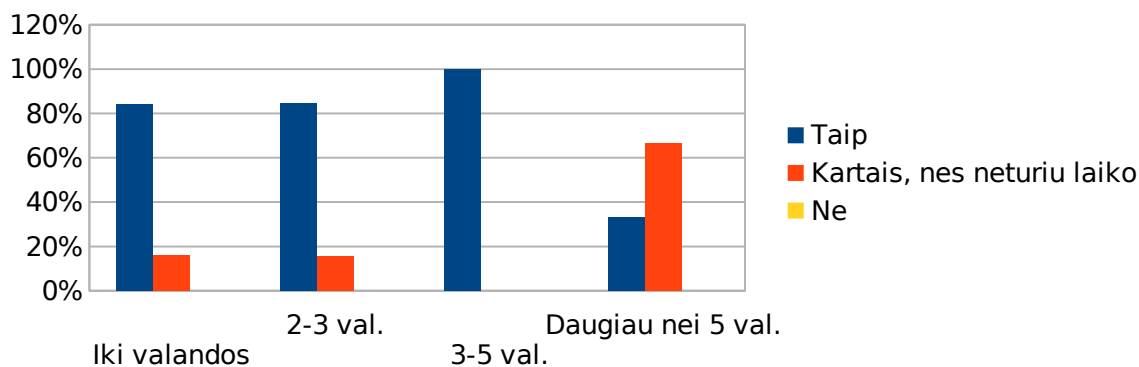
Apibendrinant tyrimo duomenis galima teigti, kad nepriklausomai nuo to, kiek per dieną leidžiama laiko prie televizoriaus, laisvalaikiui tėveliai teikia pirmenybę fiziniam aktyvumui gryname ore. Iki 1 val. žiūrintys televizorių, daugiausia laiko praleidžia gryname ore (63 proc.), 2-3 val. skiriantys televizijai, laisvalaikį leidžia gryname ore (65 proc.), 3-5 val. skiriantys televizijai taip pat pirmenybę teikia laisvalaikiui gryname ore (67 proc.). Tačiau įdomu, kiek lieka laiko šeimos laisvalaikiui gryname ore, kai 3-5 val. per dieną skiriama televizoriui? Taigi teoriškai tėveliai pripažįsta, kad judėjimo poreikių tenkinimas, fizinių galių plėtojimas yra labai svarbus visos šeimos sveikatos ugdymo komponentas, tačiau praktiškai neįgyvendina.

TV žiūrėjimą, kaip mėgstamiausią laisvalaikio praleidimo formą, pažymėjo 23 proc. apklaustųjų. Akivaizdu, kad televizorius gerokai užvaldęs suaugusių žmonių gyvenimą. Taigi jie propaguodami pasyvų gyvenimo būdą, daro neigiamą poveikį savo vaikams.

Laisvalaikio ir pramogų centrų populiarumas (19 proc.) neabejotinai susijęs su televizijos reklama. Nors reklama nėra vienintelė priežastis, tačiau reklamuojami prekybos centrai su savo garsiais šūkiiais yra populiariausi nei kiti.

Sekančiame paveiksle buvo siekiama išsiaiškinti, ar tėveliai leidžia laisvalaikį kartu su

savo vaikais. Tėvų ir ikimokyklinio amžiaus vaikų ryšys turi didžiulę reikšmę socializacijos procesams, ugdymo(si) kokybei. 84 proc. apklaustų tėvelių teigia, kad leidžia laisvalaikį kartu su savo vaiku, skaitydami knygas, žaisdami. 16 proc. teigia, kad neturi laiko. Įdomu tai, kad tėveliai neturintys laiko savo ikimokyklinio amžiaus vaikams per dieną vidutiniškai žiūri apie 5 val. televizorių (žr. 8 pav.).



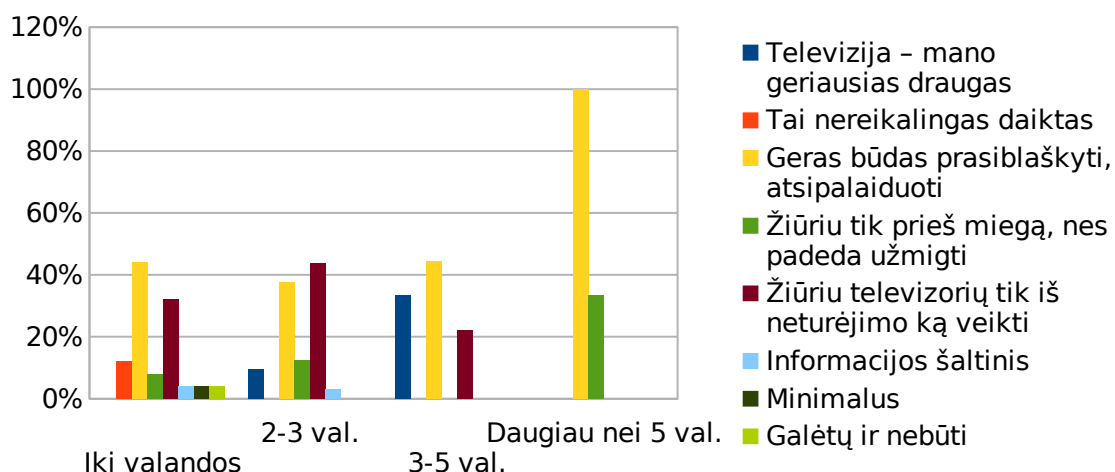
8 pav. Tėvų laiko praleisto su vaikais ir laiko praleisto žiūrint televizorių santykis

Akivaizdu, kad tėveliai, kurie prie televizoriaus praleidžia iki 2 val. turi laiko bendravimui su savo vaiku. Šeimos reikšmė žmogaus gyvenime yra nepaprastai svarbi. Tyrimo pradžioje buvo išsiaiškinta, kad dauguma apklaustųjų gyvena santuokoje (77 proc.), tais svarbu, nes socialiai saugioje šeimoje vaikai įgyja svarbiausias socializacijos pamokas, namai tampa pirmąja bendruomene, tėvai – pirmaisiais savo vaikų auklėtojais. Tėvai saugo ir gina, perduoda šeimos ir tautos tradicijas, žmogiškąsias vertybes, parengia vaikus būti visaverčiais visuomenės nariais, pabrėžia R. Jacevičienė (2008).

Tėvelių teigiančių, kad neleidžia laisvalaikio su vaikais skaitydami knygas ar žaisdami, nebuvo. Ikimokyklinio amžiaus vaikams, tėvai – idealas, nekritikuojamas ir priimamas absoliučiai, su visais privalumais ir trūkumais – absoliučiai. Tėvams nerandantiems laiko savo mažiesiems, reiktų prisiminti, kad vaiko charakterio ir elgesio bruožai užsimezga per pirmuosius penkerius metus, teigia Z. ir N. Nekrasovos (2008). Štai kodėl pomėgį žiūrėti televizorių vaikas įgauna tokioje šeimoje, kuri pati yra priklausoma nuo televizoriaus.

Tyrime klausiant, kokį vaidmenį televizija atlieka ikimokyklinio amžiaus vaikų tėveliams, 43 proc. apklaustųjų teigia, kad televizija, tai geras būdas prasiblaškyti, atsipalaiduoti, 35 proc. teigia, kad žiūri iš neturėjimo ką veikti, 10 proc. prieš miegą, 9 proc. teigia, kad televizija – geriausias draugas, 4 proc. - tai nereikalingas daiktas, 3 proc. - informacijos šaltinis ir tik 1 proc. mano, kad jos galėtų ir nebūti. Sekančiame paveiksle matyti,

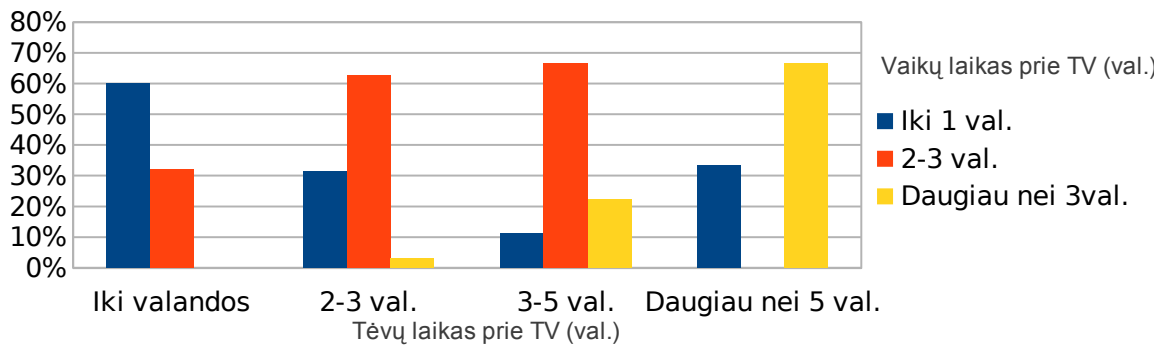
dėl kokios priežasties tėvai televizijai skiria tiek daug dėmesio ir laiko (žr. 9 pav.).



9 pav. Televizoriaus žiūrėjimo vaidmens ir skiriamo jam laiko santykis

Taigi, tėvelių, kurie žiūri televiziją tik iš neturėjimo ką veikti (45 proc.), prie televizoriaus praleidžia vidutiniškai 2-3 val. Šis laikas galėtų būti išnaudotas efektyviau, įdomiai veiklai, žaidimams su vaiku. Net 100 proc. apklaustų tėvelių, kurie žiūrėdami televizorių praleidžia daugiau nei 5 val., mano, kad televizija yra geras būdas prasiblaškyti, atsipalaiduoti, 3-5 val. per dieną skiriantys televizijai, šį variantą pasirinko 45 proc. apklaustųjų, 2-3 val. - 38 proc. apklaustųjų, iki 1 val. žiūrintys televizorių – 44 proc. apklaustųjų. Taigi, tenka pripažinti, kad televizija – tai viena pagrindinių atsipalaidavimo bei prasiblaškyimo formų apklaustųjų šeimose. Suprantama, juk žiūrint televizorių žmonės paprastai supa šeimos nariai, jaukūs namai. Respondentai pažymėję, kad televizija – geriausias draugas (35 proc.) per dieną prie televizoriaus praleidžia 3-5val., tačiau kuo ilgiau ir dažniau žiūrimas televizorius, tuo greičiau vyksta televizijos siūlomų požiūrių, normų perėmimas, laikymas savomis.

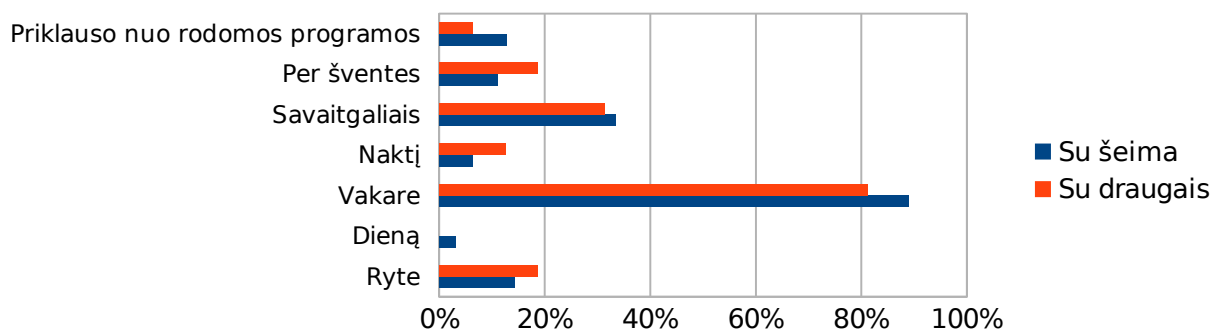
Tėvai, kurie prie televizoriaus praleidžia 3-5val. savo vaikams leidžia žiūrėti ilgiau televizorių, negu tie, kurie praleidžia – iki 1 val., matyti atliktame tyrime (žr. 10 pav.).



10 pav. Tėvų ir vaikų laiko, leidžiamo prie televizoriaus, santykis (val.)

Apibendrinant galima teigti, kad tėvų televizijos žiūrėjimo įpročiai turi įtakos vaikų formuojamiems televizijos žiūrėjimo įpročiams. Respondentai, kurie televizoriaus žiūrėjimui per dieną skiria mažiau nei 1 val. savo vaikams taip pat leidžia žiūrėti iki 1 val. (60 proc.). Daugiau laiko skiriantys, t. y. 2-3 val. per dieną, tėvai, vaikams leidžia televizorių žiūrėti 2-3 val. (62 proc.), rečiau iki 1 val.(31 proc.). Tėvai skiriantys 3-5 val. televizoriaus žiūrėjimui, kontroliuoja savo vaikų televizoriaus žiūrėjimo laiką, rečiau leidžia žiūrėti daugiau nei 3 val. (22 proc.), dažniausiai leidžia žiūrėti televizorių 2-3 val. (67 proc.) ir retai kada riboja laiką prie televizoriaus iki 1 val. (11 proc.). Daugiausia laiko prie televizoriaus praleidžiantys apklaustieji tėvai arba leidžia savo vaikams žiūrėti kiek nori, daugiau nei 3 val. (65 proc.), arba leidžia žiūrėti minimaliai, iki 1 val. (32 proc.).

Tyrimo buvo išsiaiškinta, su kuo dažniausiai leidžia savo laisvalaikį, ikimokyklinio amžiaus vaikus auginantys tėveliai. 91 proc. tėvelių teigia, kad su šeima, o likę 23 proc. teigia, kad su draugais. Paveiksle pavaizduota su kuo leidžia laisvalaikį respondentai priklausomai nuo paros meto ar progos (žr. 11 pav.).

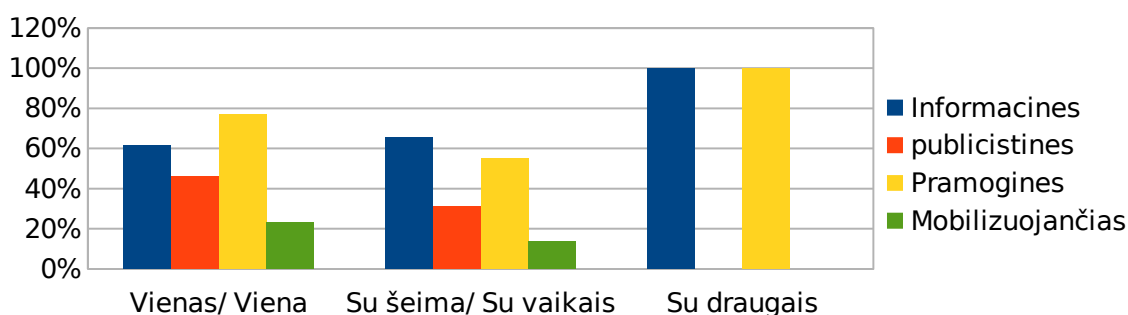


11 pav. Televizoriaus žiūrėjimas su draugais ar šeima, priklausomai nuo paros meto ar progos

Tad galima daryti išvadą, kad tėveliai kartu su vaikais leidžia laisvalaikį žiūrėdami

televizorių vakarais (89 proc.) ir savaitgaliais (32 proc.). Vadinasi ikimokyklinio amžiaus vaikai neretai žiūri, ne tik jiems, bet ir suaugusiems skirtas laidas. Be abejo, televizijos poveikis priklauso tiek nuo konkrečių laidų pobūdžio, tiek nuo vaiko asmenybės susiformavimo lygio. Vaikai palyginti su suaugusiais yra įtaigesni televizijos laidoms, kadangi dar neturi stabilios vertybių sistemos, sunkiai atskiria demonstruojamą fantazijų pasaulį nuo realybės.

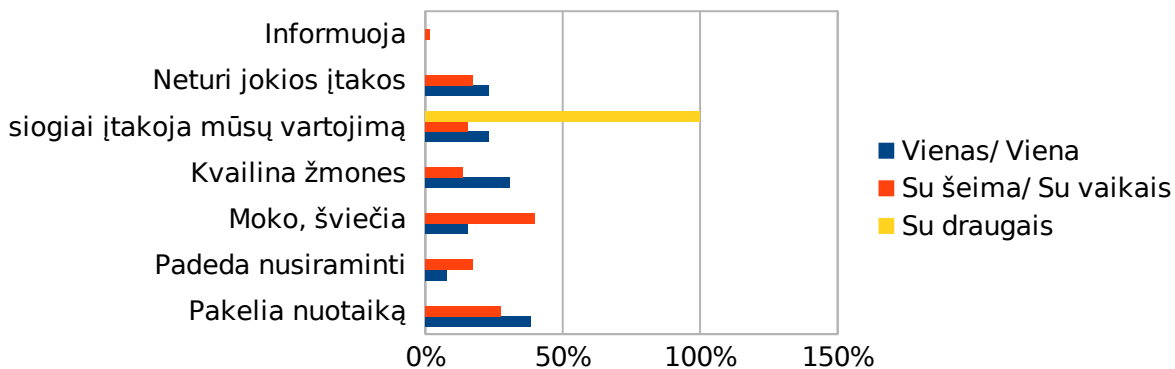
Tyrimo metu buvo išsiaiškinta, kad 84 proc. apklaustųjų televizorių dažniausiai žiūri su šeima, rečiau vieni – 19 proc., su draugais – 1 proc. Tėvai žiūri (65 proc.) informacinio pobūdžio laidas, pramogines (57 proc.), publicistines (32 proc.) ir mobilizuojančias (17 proc.). Programų pobūdžio ir draugijos, su kuria žiūrimas televizorius, santykis pavaizduotas paveiksle (žr. 12 pav.).



12 pav. Programų pobūdžio ir draugijos, su kuria žiūrimas televizorius, santykis

Tyrimo rezultatai parodė, kad tyrime dalyvavusieji tėvai kartu su savo vaikais žiūri įvairaus pobūdžio laidas: informacines (68 proc.), publicistines (33 proc.), pramogines (59 proc.), mobilizuojančias (18 proc.). Taigi, ikimokyklinio amžiaus vaikai kartu su savo tėvais žiūri tik suaugusiems skirtas laidas.

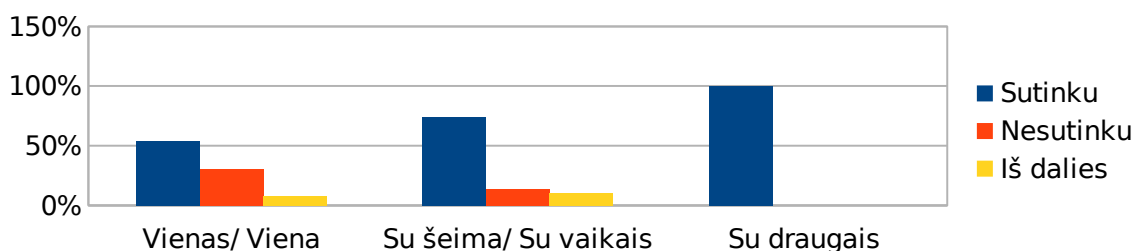
Paaikškėjo, kad net 36 proc. apklaustųjų mano, kad televizija moko bei šviečia, 28 proc. teigia, kad televizija pakelia nuotaiką, 19 proc. įsitikinę, kad neturi jokios įtakos, 16 proc. teigia, kad televizija tiesiogiai įtakoja mūsų vartojimą, tiek pat manančių, kad kvailina žmones ir, 16 proc., kad padeda nusiraminti. Kadangi dauguma apklaustųjų (84 proc.) televizorių žiūri kartu su šeima, paveiksle pavaizduotas televizijos įtakos ir draugijos, su kuria žiūrimas televizorius, santykis (žr. 13 pav.).



13 pav. Televizijos įtakos ir draugijos, su kuria žiūrimas televizorius, santykis

Anketavimo metu gauti rezultatai rodo, kokią įtaką televizija daro ikimokyklinio amžiaus vaikus auginantiems tėveliams, priklausomai nuo draugijos su kuria žiūrimas televizorius. Net 100 proc. apklaustųjų, teigia, kad televizija tiesiogiai įtakoja vartojimą, jei jis žiūrimas su draugais. Rezultatas nestebina, kadangi, tyrimo pradžioje, demografinių klausimų bloke, buvo išsiaiškinta, kad tyrime dalyvavo 91 proc. moterų. Su šeima prie televizoriaus daugiausia (40 proc.) laiko praleidžia respondentai, kurie mano, kad televizija moko bei šviečia. Taigi, tėvai įsitikinę, kad televizorius nedaro žalos, o atvirkščiai - moko, šviečia ir ugdo. Prie televizoriaus leidžiantys laiką vieni, teigia, kad televizorius pakelia nuotaiką (38 proc.).

Įdomu tai, kad respondentai sutinka su teiginiu, kad televizija vaikams daro daugiau neigiamą poveikį nei teigiamą, tačiau dauguma jų žiūri televiziją kartu su vaikais (žr. 14 pav.)

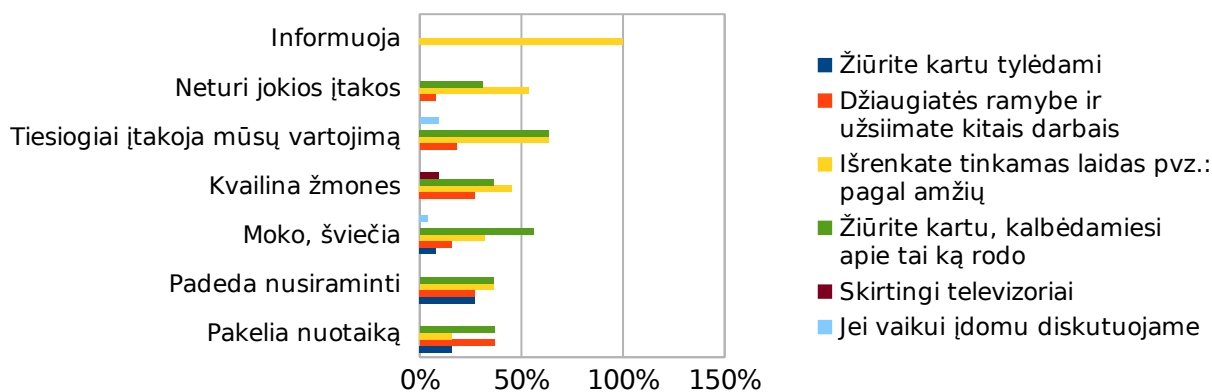


14 pav. Neigiamo televizijos poveikio ir draugijos, su kuria žiūrimas televizorius, santykis

Paveiksle matomi rezultatai, leidžia daryti išvadą, kad apklaustieji sutinka su teiginiu, kad televizija vaikams daro daugiau neigiamą poveikį, tačiau televizorių žiūri kartu su vaikais (78 proc.). 8 paveikslo rezultatai parodė, kad šeimos dažniausiai televizorių žiūri vakarais, tad tėvai patys atsakingi už tai, kokio turinio programas mato jų vaikai ir kokią poveikį jos daro

mažamečių psichiniam bei fiziniam vystymuisi.

Tėvai, jų vaikams žiūrint televizorių, kalbasi apie tai ką rodo (38 proc.), išrenka tinkamas laidas (36 proc.), džiaugiasi ramybę (18 proc.), žiūri tylėdami (7 proc.). Ar turi šiems pasirinkimams reikšmės televizijos įtaka tėvams? (žr. 15 pav.).

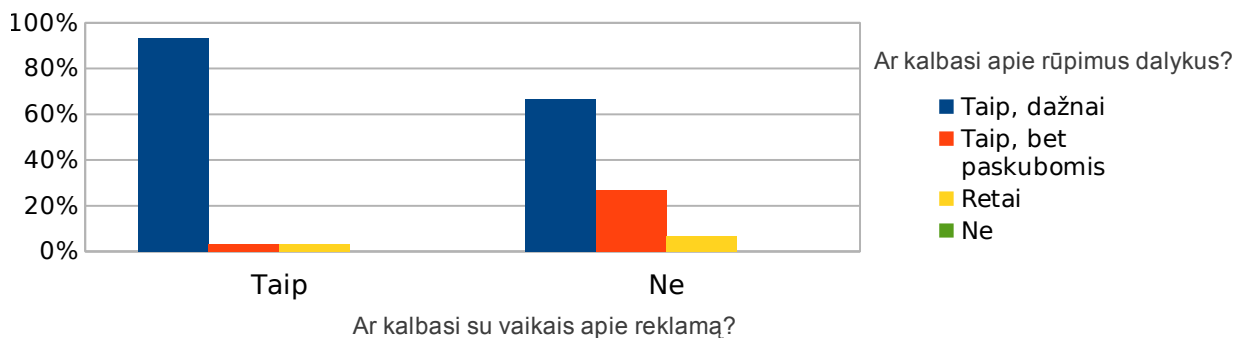


15. pav. Televizijos įtakos ir tėvų veiklos, vaikui žiūrint televizorių, santykis

Kaip parodo atliktas tyrimas, tėvai, nepriklausomai nuo to, kokią įtaką jiems daro televizija, teigia, kad yra linkę išrinkti savo vaikams tinkamas laidas ir žiūrėti kartu, kalbant apie tai kas rodoma. Respondentai, kurie įsitikinę, kad televizija tiesiogiai įtakoja mūsų vartojimą, linkę išrinkti tinkamas laidas (63 proc.) ir kalbėti su vaikais apie tai ką rodo (63 proc.), džiaugiasi ramybę tik 18 proc. apklaustųjų. Vadinasi tėvams rūpi kokias laidas žiūri, ko laidos moko, kokias vertybes perteikia, ar vaikas jas supranta. Net tėvai, kurie teigia, kad jiems televizija nedaro jokios įtakos, kitais darbais užsiima ir džiaugiasi ramybę tik 8 proc. iš apklaustųjų. Manančių, kad televizija kvailina žmones, tėvų pasirinkimas džiaugtis ramybę didesnis (26 proc.). Tuomet galbūt vertėtų televizorių išjungti, o jį pakeisti kita ugdančia, džiuginančia vaikus veikla.

Apžvelgus tyrimo rezultatus, paaiškėjo, kad tėvai randa laiko pasikalbėti su savo vaikais apie jiems rūpimus dalykus (78 proc.), rečiau tai daro paskubomis (17 proc.), retai kalbasi tik keli apklaustieji (4 proc.). Paveiksle matyti ar tėvai, kurie bendrauja su savo vaikais apie jiems rūpimus dalykus, kalbasi su jais apie reklamą ir jos tikslus (žr. 16 pav.).

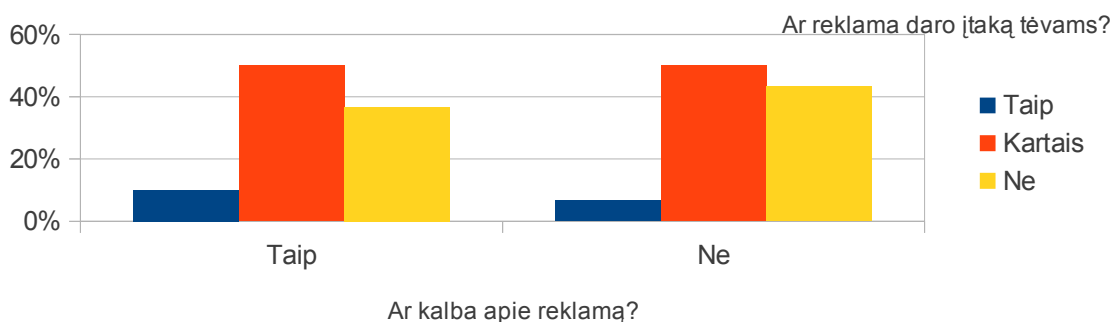




16 pav. Diskutavimo apie reklamos poveikį ir bendravimo su vaikais jiems rūpimais klausimais santykis

95 proc. apklaustųjų, kurie kalbasi su vaikais apie jiems rūpimus dalykus, teigia, kad kalbasi su savo vaikais apie reklamą, jos tikslus. Respondentų, kurie bendrauja su vaikais, bet nesikalba apie reklamą, tyrime dalyvavo 66 proc. Tad galima daryti išvadą, kad tėvai nepakankamai įvertina reklamos įtaką mažamečiams vaikams.

Taip tyrime buvo išsiaiškinta, kad tėvams pavyksta susitarti su vaikais prašant nupirkti būtent reklamuojamų produktų ar daiktų (60 proc.), teigiančių, kad vaikai įkyriai zirzdami prašo buvo (7proc.), kad neprašo pirkti per televizorių reklamuojamų produktų ar daiktų 29 proc. Taigi reklama turi įtakos vaikų pasirinkimams. Tiriant tėvams daromą reklamos įtaką paaiškėjo, kad daugumai reklama neturi įtakos renkantis produktus (49 proc.), kad reklama kartais įtakoja teigia 42 proc. apklaustųjų, teigiamai atsakė 9 proc. tėvų. Pažiūrėkime, ar reklamos daroma įtaka skatina tėvus bendrauti su vaiku apie reklamą, jos tikslus. (žr. 17 pav.).

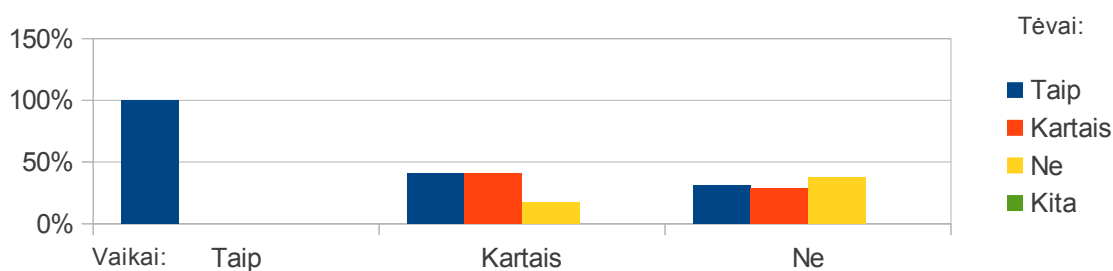


17 pav. Reklamos įtakos tėvams ir pokalbių su vaikas apie reklamą santykis

Tyrimas parodė, kad vaikai imlesni reklamos įtakai nei suaugusieji. Tėvai, kurie teigia,

kad reklama tik kartais įtakoja jų pasirinkimus, pasidalina į dvi dalis, kadangi tiek kalbančių su savo vaikais apie reklamą, teik nekalbančių - 50 proc. Respondentai, kuriems reklama nedaro įtakos renkantis produktus, linkę nesikalbėti su savo vaikais apie reklamą bei jos tikslus. Deja, vaikai ypač pažeidžiami, kadangi nemoka kritiškai žiūrėti į reklamą ir sąmoningai priešintis jos poveikiui.

Apklaustos rezultatai rodo, kad tėvai ir vaikai žaidžia kompiuterinius žaidimus (žr. 18 pav.).



18 pav. Tėvų ir vaikų veiklos, žaidžiant kompiuterinius žaidimus, santykis

Apibendrinant, galima teigti, kad tėvai leidžiantys savo laisvalaikį žaidžiant kompiuterinius žaidimus, leidžia žaisti ir savo vaikams ( 100 proc.). Patys nežaidžiantys, neleidžia žaisti ir vaikams (40 proc.). Kartais leidžiantys savo vaikams žaisti kompiuterinius žaidimus, tėvai patys žaidžia ( 42 proc.) arba žaidžia tik kartais( 42 proc.). Visiškai neleidžiantys savo vaikams žaisti kompiuterių žaidimų, patys žaidžia (32 proc.), žaidžia kartais (29 proc.). Visiškai uždrausti žaisti kompiuterinius žaidimus nėra gera išeitis. Svarbu, parinkti tinkamus žaidimus pagal vaikų amžių, sugebėjimus.

Tyrime išsiaiškinti, tėvų, auginančių ikimokyklinio amžiaus vaikus, žiniasklaidos vartojimo poreikiai, įpročiai, vartojimo kultūra. Prie televizoriaus praleidžiama vidutiniškai 2-3 val. per dieną (46 proc.), prie kompiuterio 1-2 val. (33 proc.). Vadinasi televizorius ir kompiuteris užima didžiąją dalį ikimokyklinio amžiaus vaikus auginančių tėvų laisvalaikio. Neabejojama, kad tėvų televizijos žiūrėjimo, kompiuterio naudojimosi įpročiai turi įtakos vaikų formuojamiems televizijos žiūrėjimo ir kompiuterio naudojimosi įpročiams. Juk vaiko socializacija vyksta įvairiais būdais: stebint kitų elgesį, kaupiant patirtį ir ja remiantis, klausantis nurodymų, patarimų. Dauguma apklaustųjų tėvelių (36 proc.) mano, kad televizija moko bei šviečia. Taip atsakiusieji, dažniausiai laiką prie televizoriaus praleidžia su šeima (40

proc.). Įdomu tai, kad net 48 proc. tėvelių norėtų keisti savo vaikų įpročius susijusius su televizoriaus žiūrėjimu ar kompiuterio naudojimu. Teigdami, kad televizijos pasiūloje yra per daug reklamos (19 proc.), per daug smurto (12 proc.), per daug kriminalų (10 proc.). Tėvai yra atsakingi už savo vaikus, tačiau jų galimybės ribotos. Todėl valstybei taip pat ten pareiga apsaugoti nepilnamečių interesus, jų gerovę bei dvasinę psichinę raidą nuo neigiamo žiniasklaidos poveikio.

### **2.3. Vaiko teisių apsaugą elektroninėje žiniasklaidoje reglamentuojančių teisės aktų analizė**

Šioje tyrimo dalyje, siekiant ištirti Lietuvos teisinėje sistemoje veikiančius vaiko teisių apsaugos elektroninėje žiniasklaidoje aktus, pagrįsti šių dokumentų praktinio realizavimo mechanizmo efektyvumą, taikyti kokybiniai duomenų rinkimo ir analizės metodai.

Tyrimui pasirinktas dokumentų turinio analizės (*content*) metodas. Taikytos tokios *content analizės* procedūros: 1) teksto turinys nuosekliai analizuojamas, remiantis metodologinėmis taisyklėmis ir dalijamas į analitinius vienetus. 2) interpretuojamas tekstas, remiantis iškeltais klausimais, į kuriuos atsakoma suformuluotų kategorijų ir subkategorijų pagalba.

*Content analizės* metodu išanalizuoti pagrindiniai LR teisės aktai reglamentuojantys vaiko teisių apsaugą elektroninėje žiniasklaidoje, ypatingą dėmesį skiriant smurtinio ir kt. negatyvaus turinio vaizdavimui žiniasklaidos priemonėms, kurios kenkia vaikų psichinei sveikatai, fiziniam ir doroviniam vystymuisi. Vienas pagrindinių įstatymų, reguliuojančių visuomenės informavimo sritį Lietuvoje – Visuomenės informavimo įstatymas. Informaciją elektroninėje žiniasklaidoje reglamentuoja ir kiti įstatymai. Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymas nustato viešosios informacijos, darančios nepilnamečiams neigiamą poveikį, kriterijus, apibrėžia, kokia informacija ribojama, o kokia draudžiama. Reklamos įstatymas aiškiai įvardija draudžiamą reklamą. Asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymas gina žmogaus privataus gyvenimo neliečiamumo teisę, susijusią su asmens duomenų tvarkymu. Jungtinių tautų Vaiko teisių konvencijoje įtvirtina, kad kiekvienas vaikas turi būti apsaugotas nuo savavališko ar neteisėto kišimosi į jo asmeninį, šeimyninį gyvenimą, neteisėto kėsینimosi į jo garbę ir reputaciją. Europos konvencijoje „Dėl televizijos be sienų“ nurodoma, kad televizijos programos negali būti nepadorios ir turėti pornografinių elementų, be pagrindo pabrėžti smurtą.

Be šių pagrindinių išvardintų Lietuvos Respublikoje veikia ir daugiau įstatymų o kai kurios nuostatos, draudžiančios arba ribojančios tam tikrą informaciją, atsispindi

*Baudžiamajame, Civiliniame, Administracinių teisės pažeidimų kodeksuose.*

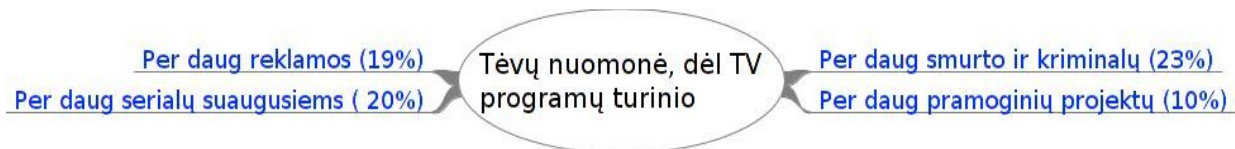
Dokumentų turinio analizė atlikta pasitelkus šiuos dokumentus (žr. 19 pav.):



19 pav. Vaiko teisių apsaugą elektroninėje žiniasklaidoje reglamentuojantys dokumentai

Lietuvos teisinė sistema turi pakankamą pagrindą nepilnamečių teisių, interesų ir žmogiškojo orumo bei bręstančios asmenybės apsaugai. Tačiau šiais laikais dažnai net ikimokyklinio amžiaus vaikai jau moka naršyti internete, naudotis televizoriaus nuotolinio valdymo pulteliu ir kt. Jeigu ikimokyklinio amžiaus vaikams atsiranda galimybės naudotis šiais gebėjimais be suaugusiųjų priežiūros, tai tampa problema. Tuomet vaikai lieka neapsaugoti nuo viešoje erdvėje šmėžuojančios pornografinio, smurtinio ar kitokio pobūdžio vaiko psichinę būklę, protinę bei dorovinę raidą žalojančios informacijos, tenka sutikti su V. Šadzevičius (2010) nuomone.

Siekiant papildyti atliktą dokumentų turinio analizės metodą, pasitelkti kiekybinio tyrimo statistiniai duomenys (žr. 20 pav.).



20 pav. Tėvų išsakyta nuomonė, dėl televizijos programų turinio trūkumų

Kad pagrįsti Lietuvos teisinėje sistemoje veikiančių, vaiko teisių apsaugos elektroninėje žiniasklaidoje, dokumentų praktinio realizavimo mechanizmo efektyvumą, pasitelkti kiekybinio tyrimo statistiniai duomenys (proc.). Gauti atsakymai parodo, kad ikimokyklinio amžiaus vaikų tėvai mano, kad televizijos programų turinyje yra per daug smurto ir kriminalų (23 proc.), per daug pramoginių projektų (10 proc.), per daug serialų (20 proc.) ir per daug reklamos (19 proc.) Nepilnamečiai turi būti apsaugoti nuo jų fiziniam, protiniam ir doroviniam vystymuisi kenkiančios viešosios informacijos, tad pagal įstatymus tokios laidos ar programos, turi būti draudžiamos.

Analizuojamas vaiko teisių apsaugos kokybės valdymo prasmės Visuomenės informavimo įstatyme (žr. 3 lentelė).

3 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Visuomenės informavimo įstatyme (2006)

Kategorija	Subkategorija	Sk.	Teiginiai
Viešosios informacijos tiekėjų pareigos	Pornografinio pobūdžio informacijos priežiūra	2	Įstatymų nustatyta tvarka turi užtikrinti, kad nepilnamečiai būtų apsaugoti nuo neigiamą poveikį <...> darančios viešosios informacijos, ypač susijusios su pornografinio pobūdžio ir (ar) smurtinio pobūdžio informacijos skleidimu.
	Smurtinio pobūdžio informacijos priežiūra		
Viešosios informacijos priskyrimo ir priežiūros kriterijai	Kriterijų nustatymas	2	Viešosios informacijos, <...> priskyrimo šiai informacijai kriterijus nustato Lietuvos Respublikos nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymas. Neskelbtinos informacijos kontrolę ir ribojamos viešosios informacijos platinimo tvarką nustato Vyriausybė.
	Kontrolės ir platinimo tvarkos nustatymas		
Viešosios informacijos tiekėjų įpareigojimas	Vadovavimasis galiojančiais įstatymais, principais, tarptautinėmis sutartimis	2	Įpareigoja žurnalistus savo veikloje vadovautis Konstitucija ir įstatymais, LR tarptautinėmis sutartimis, pagarbos žmogui principais. Įstatymas numato, kad naudojimasis informacijos laisve gali būti saistomas reikalavimų, sąlygų.
	Informacijos laisvė saistoma reikalavimų		

Visuomenės informavimo įstatyme (2006) vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos pateikiamos šiomis kategorijomis „Viešosios informacijos tiekėjų pareigos“ (2 subkategorijos), „Viešosios informacijos priskyrimo ir priežiūros kriterijai“ (2 subkategorijos), „Viešosios informacijos tiekėjų įpareigojimas“ (2 subkategorijos). Tokiu būdu Visuomenės informavimo įstatyme, vaiko teisių apsaugos kokybės valdymas vyksta prižiūrint, kad nepilnamečiai būtų apsaugoti nuo pornografinio ir smurtinio informacijos pobūdžio, kriterijus nustatydami pagal Vyriausybės nustatytą tvarką ir LR nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatymą.

Nagrinęjamas vaikų teisių apsaugos kokybės kategorijos Jungtinių Tautų Vaiko teisių konvencijoje (žr. 4 lentelė).

4 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Jungtinių Tautų Vaiko teisių konvencijoje (1995)

Kategorija	Subkategorija	Sk.	Teiginiai
Vaiko teisės	Asmeninio ar šeimyninio gyvenimo privatumas	3	Kiekvienas vaikas turi būti apsaugotas nuo neteisėto kišimosi į jo asmeninį,

	Apsaugota garbė		šeimyninį gyvenimą, neteisėto kėsinosi į jo garbę ir reputaciją.
	Apsaugota reputacija		
Vaiko įvaizdžio problema	Tiesiogiai per vaiką formuojamas neigiamas įvaizdis	2	Suformuoti konkretaus vaiko įvaizdį, sudaryti neigiamą aplinkinių nuomonę apie jį galima ir netiesiogiai, per jo šeimos narius.
	Netiesiogiai per šeimos narius formuojamas neigiamas įvaizdis		
Informacinių priemonių vaidmuo	Socialiniu ir kultūriniu požiūriu kryptinga veikla	4	Skatina masinės informacijos priemonės platinti informaciją ir medžiagą, naudingą vaikui socialiniu ir kultūriniu požiūriu. Skatina tarptautinį bendradarbiavimą. Skatina masinės informacijos priemonės skirti ypač daug dėmesio vaikų, priklausančių kokiai nors mažumų grupei. Skatina formuoti principus padedančius apginti vaiką nuo jo gerovei kenkiančios informacijos
	Tarptautinis bendradarbiavimas		
	Dėmesys specialius poreikius turintiems vaikams		
	Vaiko gerovės gynimas		

Vaiko teisės apibūdinamos trimis kategorijomis: „Vaiko teisės“, „Vaiko įvaizdžio problema“, „Informacinių priemonių vaidmuo“. Išsamiausias yra „Informacinių priemonių vaidmuo“ kategorijos ( 4 subkategorijos) turinys, nurodantis, kad masinės informavimo priemonės turi platinti tokią informaciją ir medžiagą, kuri būtų naudinga vaiko socialiniam ir kultūriniam vystymuisi. Kadangi televizijos problemos aktualios daugelyje šalių, turi būti skatinamas skatinamas tarptautinis bendradarbiavimas, stengiamasi formuoti tokius principus, kurie gintų vaiką nuo kenksmingos informacijos.

Nagrinėjama Europos konvencija „Dėl televizijos be sienų“ (žr. 5 lentelė).

5 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Europos konvencijoje „Dėl televizijos be sienų“ (1989)

Kategorijos	Subkategorijos	Sk.	Teiginiai
Konvencijos nurodymai	Pornografinių, nepadorių programų kontrolė	3	Nurodoma, kad programos negali būti nepadorios ir turėti pornografinių elementų, be pagrindo pabrėžtų smurtą, programos, galinčios pakenkti fiziniam, protiniam ar moraliniam vaikų vystymuisi, neturėtų būti rodomos tada, kai vaikai gali jas matyti.
	Smurto mažinimas		
	Programų kenkiančių vaikų vystymuisi reguliavimas		

Šiame dokumente nurodoma, kad svarbiausia nerodyti tokių programų per televiziją,

kurios turi pornografinių elementų ir be pagrindo pabrėžia smurtą, kurios gali pakenkti protiniam ir fiziniam vaikų vystymuisi, tad vaiko teisių apsaugos kokybės valdymas atskleistas „Konvencijos nurodymai“ (3 subkategorijos) kategorija.

Analizuojamas Vaiko teisių apsaugos įstatymas (žr. 6 lentelė).

6 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Vaiko teisių apsaugos įstatyme (1996)

Kategorijos	Subkategorijos	Sk.	Teiginiai
Už vaikų saugumą atsakingos instancijos	Valstybė	3	Įstatymo nuostatos numato valstybės, vietos savivaldos institucijų, kitų fizinių ir juridinių asmenų pareigą saugoti vaiką nuo neigiamos socialinės aplinkos įtakos.
	Savivaldos institucijos		
	Fiziniai ir juridiniai asmenys		
Kenksmingos informacijos draudimas	Informacija su smurto elementais	2	Draudžiama vaikams rodyti, dauginti televizijos laidas, filmus, internetinius žaidimus, kurie tiesiogiai skatina ir propaguoja žiaurų elgesį, smurtą, pornografiją ar kitaip kenkia vaiko dvasiniam bei doroviniam vystymuisi.
	Informacija su pornografiniais elementais		

Šiame dokumente išskiriamos dvi kategorijos: „Už vaikų saugumą atsakingos instancijos“ ir „Kenksmingos informacijos draudimas“. Svarbiausias yra „Už vaikų saugumą atsakingos instancijos“ kategorijos (3 subkategorijos) turinys, kuriame nustatomos pareigos tiek valstybei, tiek savivaldos institucijoms, taip pat fiziniams bei juridiniams asmenims, saugoti vaikus nuo informacijos, kuri kenkia jo dvasiniam ir doroviniam vystymuisi.

LR vaiko teisių apsaugos pagrindų įstatymas įtvirtina vaiko teisę į minties, žodžio laisvę, galimybę laisvai reikšti savo pažiūras. Pabrėžiama, kad tiek tarptautiniai, tiek nacionaliniai teisės aktai pabrėžia, kad vaikas turi teisę laisvai reikšti savo nuomonę, pažiūras, todėl jam negali būti taikomas joks spaudimas, suvaržymas ar įtaka, galintys sukliudyti tai daryti. Kiekvienas vaikas turi teisę į komunikaciją internete, saviraiškos laisvę ir jos įgyvendinimo būdų pasirinkimą, kol tai neperžengia teisės aktų.

Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos pateikiamas sekančioje lentelėje (žr. 7 lentelė)

7 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatyme (2002)

Kategorijos	Subkategorijos	Sk.	Teiginiai
Privatumo pažeidimas	Asmeninės informacijos paskelbimas	3	Nustato, kad neigiamą poveikį nepilnamečio vystymuisi darančia

	Orumo žeminimas		informacija laikoma viešoji informacija, kurioje pateikiami duomenis apie nepilnametį, žeminamas jo orumas ir (ar) pažeidinėjami jo interesai.
	Interesų pažeidimas		
Fizinis bei psichinis smurtas ekrane	Šiurpių detalių vaizdavimas	2	Nustato, kad darančią neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi laikoma viešoji informacija, susijusi su fizinio ar psichinio smurto vaizdavimu: kai detalieai vaizduojamas žmonių, gyvūnų žudymas, žalojimas, kankinimas, taip pat vandalizmas, teigiamai vertinamas smurtas, mėgavimasis prievarta ir žiaurumu.
	Smurto pateisinimas		
Reklamos ribojimas		1	Apriboja, neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi priskirtai viešajai informacijai, taikomi taip pat reklamai, anonsams, ir prekių ženklams.
Viešosios informacijos aprašas	Privalomasis žymėjimas	2	filmai, serialai ir laidos, kurių turinyje yra neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančios viešosios informacijos, turi būti žymimi specialiais indeksais pagal žiūrovų amžiaus cenzą: „N-7“ – skirta žiūrovams nuo 7 metų, „N-14“ – skirta žiūrovams nuo 14 metų; „S“ – skirta suaugusiems žiūrovams nuo 18 metų.
	Specialūs indeksai		
Įstatymo laikymosi priežiūra	Institucijų priežiūra	2	Už šio įstatymo nuostatų įgyvendinimo priežiūrą taip pat yra atsakingos: Lietuvos radijo ir televizijos komisija, Vaiko teisių apsaugos kontrolieriaus įstaiga ir kitos institucijos. veikia nepriekaištingos reputacijos, specialių žinių turinčių ekspertų, kurią sudaro devyni žmonės, grupė
	Ekspertų grupė		

Vaiko teisių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatyme vaiko teisių apsaugos kokybės valdymas pateikiamas šiomis kategorijomis „Privatumo pažeidimas“, „Fizinis bei psichinis smurtas ekrane“, „Reklamos ribojimas“, „Viešosios informacijos aprašas“, „Įstatymo laikymosi priežiūra“. Išsamiai apibūdinamas turinys „Privatumo pažeidimas“ (3 subkategorijos). Taigi kokybės valdymas siejamas su asmens privatumo



priežiūra, fiziniu bei psichiniu smurtu vaizdavimo priežiūra, reklamos turinio priežiūra.

Lietuvos Respublikos Vyriausybės (2004) patvirtinto neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančios viešosios informacijos žymėjimo, garso ir vaizdo priemonių sistemos aprašas. Jame numatyta, kad filmai, serialai ir laidos, kurių turinyje yra neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančios viešosios informacijos, turi būti žymimi specialiais indeksais pagal žiūrovų amžiaus cenzą: „N-7“ – skirta žiūrovams nuo 7 metų, „N-14“ – skirta žiūrovams nuo 14 metų; „S“ – skirta suaugusiems žiūrovams nuo 18 metų.

Pagal minėto įstatymą, žurnalistų etikos inspektorius įgyvendina ir prižiūri, kaip laikomasi šio įstatymo nuostatų. Už šio įstatymo nuostatų įgyvendinimo priežiūrą taip pat yra atsakingos: Lietuvos radijo ir televizijos komisija, Vaiko teisių apsaugos kontrolieriaus įstaiga ir kitos institucijos. Atkreiptinas dėmesys, kad prie žurnalistų etikos inspektorius veikia nepriekaištingos reputacijos, specialių žinių turinčių ekspertų, kurių sudaro devyni žmonės, grupė, ji vertina viešosios informacijos poveikį nepilnamečiams ir teikia savo išvadas inspektoriumi. Remiantis pateiktomis išvadomis, žurnalistų etikos inspektorius ir Lietuvos radijo ir televizijos komisija už minėtų įstatymų nuostatų pažeidimus gali taikyti administracinę atsakomybę.

Nagrinėjamas reklamos įstatymas (žr. 8 lentelė).

8 lentelė. Vaiko teisių apsaugos kokybės kategorijos Reklamos įstatyme (2000)

<b>Kategorijos</b>	<b>Subkategorijos</b>	<b>Sk.</b>	<b>Teiginiai</b>
Reklamos poveikis vaikams	Moralinė žala	2	Reklamoje draudžiama daryti žalingą moralinį ir fizinį poveikį vaikams
	Fizinė žala		
Vaiko išnaudojimas	Piktnaudžiavimas šeimos nariais	2	piktnaudžiauti vaikų pasitikėjimu tėvais, globėjais (rūpintojais), mokytoja kitais suaugusiais asmenimis.
	Piktnaudžiavimas artimais žmonėmis		
Skatinimas naudoti reklamuojamas prekes	Poveikis tėvams	3	tiesiogiai kviesti vaikus daryti poveikį tėvams ar kitiems asmenims, kad šie nupirktų reklamuojamų prekių ar paslaugų, taip pat tiesiogiai skatinti vaikus pirkti prekių ar paslaugų, pasinaudojant jų nepatyrimu ir patiklumu
	Tiesioginis pirkimas		
	Pasinaudojimas nepatyrimu		
Vartotojiškos nuomonės formavimas	Naudojimas tik tam tikrų prekių ar paslaugų	2	formuoti vaikų nuomonę, kad tam tikrų prekių ar paslaugų naudojimas suteiks
	Pranašumo prieš kitus		

	suteikimas		jiems fizinį, psichologinį ar socialinį pranašumą prieš kitus
Sensacijų paieška	Pavojingų situacijų demonstravimas	2	nepagrįstai rodyti vaikus, patekusius į situacijas, kurios kelia grėsmę jų sveikatai ir gyvybei.
	Pažeidžiamos vaikų teisės		

Šiame dokumente nurodoma, kad svarbu nepamiršti, kad vaikai – ypatinga auditorija. Ji nepatyrusi, naivi, pasitikinti. „Skatinimas naudoti reklamuojamas prekes“ kategorijos (3 subkategorijos) turinys pabrėžia, kad negalima manipuliuoti vaikų nepatyrimu, įtraukiant jų tėvus ir kitus šeimos narius. Taip pat tiesiogiai skatinti pirkti tik tam tikras prekes ar paslaugas, kadangi vaikai orientuoti į stereotipų priėmimą, jie priima informacija iš aplinkinio pasaulio žymiai plačiau.

Vaiko asmeninį bei socialinį vystymąsi veikia įvairūs išorinės aplinkos veiksniai, didžiausia atsakomybė vaiko orientacijai formuojant atitenka tėvams. Reklaminiuose pranešimuose skirtuose vaikams turėtų būti atsižvelgta ir į tėvų lūkesčius.

Reklaminiai pranešimai vaikams neturėtų būti gundantys ar viliojantys, formuoti vaikų nuomonę, kad tam tikrų prekių ar paslaugų naudojimas suteiks jiems fizinį, psichologinį ar socialinį pranašumą prieš kitus.

Įstatyme pabrėžiama, kad informacija gaunama iš ekrano, vaikų priimama kaip tiesa, nes jie nepajėgūs nubrėžti ribos tarp realaus ir virtualaus pasaulių. Tad reklama turi būti atidžiai ribojama, nes ji vaidina svarbų ugdomąjį vaidmenį, todėl informacija turi būti pateikta teisingai ir nepažeidžiant vaiko teisių.

Apibendrinant nagrinėtuose dokumentuose vaiko teisių apsaugos kokybė valdymo požymius galima teigti, kad saugoti ir ginti vaiko teises ir teisėtus interesus elektroninės žiniasklaidos veiklos srityje turime pakankamus įrankius. Atliekant kiekybinį tyrimą pastebėta, kad susiduriama su pažeidimais, kalbant apie šio mechanizmo praktinį realizavimą. Vadinasi elektroninės žiniasklaidos priemonės, kaip pelno siekiančios organizacijos, pažeidinėja prigimtine vaiko teise, būti apsaugotam nuo viešai prieinamos žalingos informacijos, siekdamas materialinių tikslų.

Tad jei mūsų visuomenė būtų išrankesnė renkantis elektroninės žiniasklaidos teikiamą informaciją, t. y. jei nežiūrėtų televizoriaus visada turint laisvo laiko, kai valgo, kai kalbasi su savo vaiku, nepaliktų įjungto televizoriaus, kai niekas jo nežiūri arba žiūri, net tada, kai laida ar filmas nepatinka, visuomenės informavimo priemonės nedarytų tokios didžiulės, kartais net lengvabūdiškai nesuvokiamos įtakos kiekvienam, o vaikai būtų apsaugoti nuo neigiamo psichinio ir moralinio poveikio.

#### 2.4. Vaikų nuomonės apie elektroninės žiniasklaidos vaidmenį jų socializacijai ir ugdymo(si) kokybei tyrimas.

Atrinkti dešimt vaikų (5 – keturių metų vaikai ir 5 – penkerių metų vaikai), kurie sutiko dalyvauti tyrime. 1 vaikas *G1*, 2 vaikas *S2*, 3 vaikas *A3*, 4 vaikas *V4*, 5 vaikas *An5*, 6 vaikas *N6*, 7 vaikas *Ve7*, 8 vaikas *Au8*, 9 vaikas *I9*, 10 vaikas *P10*. Vaikams buvo užduodami klausimai.

Vaikai buvo apklausiami asmeniškai, tiesiogiai. Apklausos pradžioje siekiant užmegzti kontaktą su vaiku, buvo kalbama apie vaiko pomėgius, išlaukus tinkamo momento. Vėliau buvo kalbama apie tai ką jie veikia namuose, ar žiūri televizorių, ar žaidžia kompiuteriu ir taip pamažu pereinama prie pagrindinės pokalbio temos.

Apklausa buvo pusiau struktūrinė, t. y. jos metu buvo pateikiami ir iš anksto paruošti klausimai ir papildomi klausimai, kurie leido pasigilinti ar išsiaiškinti tam tikrus vaiko pasakojimo elementus.

Neabejojama, kad į animaciją reikia žiūrėti rimtai, kadangi ji atlieka didžiulį vaidmenį formuojant asmenybę, kuri realiame gyvenime turi prisitaikyti prie visuomenės. Tyrimo metu pirmiausia buvo nustatyta, kokią animaciją mėgsta ikimokyklinio amžiaus vaikai: „senąją animaciją“, „šiuolaikinę animaciją“, „animaciją su smurto elementais“, „suaugusiųjų animaciją“ (žr. 9 lentelė).

9 lentelė. Animaciniai filmukai

<b>Blokas</b>	<b>Klausimai</b>	<b>Vaikų atsakymai, mintys</b>
Senoji animacija	<u>Kokius filmukus žinai?</u>	<u>Vaikas G1.</u> „žinau pingvinukus, coliukė, kur kregždutę gydė, liūtas karalius ir obuolių maišas“ „nežinau...liūtą esu mačiusi“
	Kuriuos filmukus žiūri?	<u>Vaikas A3.</u> „žinau pingvinukus, esu mačiusi“ <u>Vaikas V4.</u> „nežinau“
	Su kuo filmukus žiūri?	<u>Vaikas An5.</u> „nematyti man...žinau tik pingviną“ <u>Vaikas N6.</u> „pingvinukus“ <u>Vaikas Ve7.</u> „aš namuose žiūriu liūtą karalių, vienas“ <u>Vaikas Au8.</u> „pingvinukus žiūriu ir pelenė neprisimenu kada“ <u>Vaikas I9.</u> „nežinau“ <u>Vaikas P10.</u> „nežinau“

Šiuolaikinė animacija	<p><u>Kokius filmukus žinai?</u></p> <p>Kuriuos filmukus žiūri?</p> <p>Su kuo filmukus žiūri?</p> <p>Kuris filmukas tau labiausiai patinka?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „kempiniukas plačiakelnis, šrekas, toks žalias, aviuką šoną, žiūriu viena, man mamytė įjungia“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „kempiniukas, šrekas žiūriu viena“</p> <p><u>Vaikas A3.</u> „Kempiniukas, šrekas, aš žiūriu viena per kompą“</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „man labai patinka šrekas, dar žiūriu aviukas šonas ir kempiniuką“</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „žiūriu kempiniuką, aviuką ir šreką žiūrėjau“</p> <p><u>Vaikas N6.</u> „šitą esu mačiusi, neprisimenu kaip jis vadinasi..ai jo apie mamutus“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „šreką žinau, kempiniukas ir man labiausiai patinka ledynmetis“</p> <p><u>Vaikas Au8.</u> „visus mačiau, man labiausiai patinka aviukas šonas“</p> <p><u>Vaikas I9.</u> „aviukas šonas, kempiniukas, žiūriu viena, man įjungia televizorių kai paprašau“</p> <p><u>Vaikas P10.</u> „ooo kempiniukas, man patinka šis filmukas, geras“</p>
Animacija su smurto elementais	<p><u>Kokius filmukus žinai?</u></p> <p>Kokius filmukus žiūri?</p> <p>Kuris filmukas labiausiai patinka?</p> <p>Ar tėvai leidžia žiūrėti filmukus?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „žiūriu tomas ir džeris, ogis ir tarakonai ir vudi kartais žiūriu“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „žiūriu šitą su peliuku, man patinka“</p> <p><u>Vaikas A3.</u> „tomas ir džeris žiūriu ir ogis man patinka“</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „man labai patinka tomas ir džeris, ogis ir tarakonai, drakonų kova Z, aš žiūriu vienas“</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „visus žiūriu, tik šito nežinau“</p> <p><i>Tyrėjos pastaba: nežinojo „Geniukas Vudis“</i></p> <p><u>Vaikas N6.</u> „žiūriu tomas ir džeris, šitą“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „visus žiūriu namuose, man patinka drakonų kova Z“</p> <p><u>Vaikas Au8.</u> „tomas ir džeris“</p> <p><u>Vaikas I9.</u> „labai labai mėgstu tomas ir džeris“</p> <p><u>Vaikas P10.</u> „drakonų kova Z, dar žiūriu kempiniukas, mama įjungia televizorių“</p>
Suaugusiųjų animacija	<p><u>Kokius filmukus žinai?</u></p> <p>Ar žiūri šiuos filmukus?</p> <p>Su kuo žiūri šiuos filmukus?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „simpsonai, taip žiūriu dažnai, labai patinka“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „simpsonai, aha žiūriu visada“</p> <p><u>Vaikas A3.</u> „simpsonai, žiūriu viena, taip dažnai“</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „simpsonai, labai mėgstu“</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „žinau šitą, čia simpsonai, aišku žiūriu“</p> <p><u>Vaikas N6.</u> „simpsonus, žiūriu su mama“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „simpsonus, vienas žiūriu“</p> <p><u>Vaikas Au8.</u> „simpsonus žiūriu, viena“</p> <p><u>Vaikas I9.</u> „žinau simpsonus, bet man labiau patinka filmukai“</p> <p><u>Vaikas P10.</u> „simpsonai, paprašau kad įjungtų televizorių ir jei rodo žiūriu“</p>

Apibendrinant vaikų atsakymų rezultatus, galima teigti, kad ikimokyklinio amžiaus vaikai žino ir mėgsta žiūrėti šiuolaikinius filmukus, tokius kaip „Tomas ir Džeris“, „Kempiniukas plačiakelnis“, „Ogis ir tarakonai“, „Šrekas“. Deja, šiuose filmukuose beveik

nėra siužeto, tai tiesiog judesių rinkinys, be mokomosios medžiagos ir normalaus humoro. Tarybinio periodo animacija, kurioje propaguojamas gėris, silpnesnio užjautimas, pagalbos suteikimas ištikus nelaimei, mažiau žinoma. Tik vienas vaikas išvardijo keturis senosios animacijos filmukus, kurie verčia susimąstyti. Deja, vaikams patinka primityvesni, kur nėra vietos fantazijai, kur galima daužyti žmogui per gyvybiškai svarbius organus, ir jam nieko nenutiks. Visi interviu dalyvavę vaikai žino „Simpsonus“ ir juos žiūri vieni arba su tėvais. Simpsonų šeimynėlės gyvenimas, nors šis filmukas skirtas suaugusiems, daug keiksmožodžių, pajuokiami seni žmonės, skatinami žalingi įpročiai, iškreipiamas šeimos modelis. Animaciniuose filmuose „Kempiniukas plačiakelnis“, „Drakonų kova Z“ gausu nerealių dalykų: keletas gyvybių turėjimas ar visiškas nemirtingumas, galūnių ar viso pavidalo transformavimas, kosminiai ginklai ir pan.

Šiuos filmukus vaikai dažniausiai žiūri vieni, tad suaugusieji ne visada paaiškina, kad realiame gyvenime ginklai sukelia daug nelaimių, o žmogaus gyvybė yra tik viena, tad su ja negalima žaisti.

Tada išsiaiškinta, ar populiarūs vaikų tarpe serialai, kurie skirti suaugusiems. Psichologai J. Daškevičienė (2008) teigia, kad vaikai linkę kartoti ekrane matytą elgesį, kadangi jie lengvai pasiduoda įtaigai kurią mato ekrane (žr. 10 lentelė).

10 lentelė. Serialai skirti suaugusiems

<b>Kategorija</b>	<b><u>Klausimai</u></b>	<b>Vaikų atsakymai, mintys</b>
Serialai	<p><u>Kokius serialus žiūri ir su kuo?</u></p> <p>Su kuo žiūri šiuos serialus?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „aš nežiūriu, bet šitą žiūri mano mama, jo jo moterys meluoja geriau“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „žinau tuos“</p> <p><u>Tyrėjos pastaba:</u> <i>rodo į „Moterys meluoja geriau“ ir „Naisių vasara“</i></p> <p><u>Vaikas A3.</u> „žiūrių su mamyte štai šitą, aha „Naisių vasara““</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „visi žiūrim, „Moterys meluoja geriau““</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „nežinau“</p> <p><u>Vaikas N6.</u> „oi žinau čia Nomedas, o čia Raimondėlis, aš žiūriu kartu su mamyte“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „nežinau, mes visi žiūrim visokius filmus“</p> <p><u>Vaikas Au8.</u> „su mama žiūriu šituos: „Moterys meluoja geriau“ ir „Naisių vasara““</p> <p><u>Vaikas I9.</u> „žiūri mamytė, man labiau filmukai patinka“</p> <p><u>Vaikas P10.</u> „ne, nežinau šitų“</p>

Ikimokyklinio amžiaus vaikai žiūri saugusiems skirtus serialus, žinomiausi, „Moterys

meluoja geriau“, „Naisių vasara“, kartu su tėvais. Vaikų atsakymai patvirtino kiekybinio tyrimo rezultatus, kad televizorius dažniausiai žiūrimas su šeima vakarais (89 proc.) ir savaitgaliais (32 proc.). Tačiau serialai netinkamai formuoja vertybių sistemą, daro tiesioginę įtaką vaiko pasaulėvokai.

Taip pat išsiaiškinta, kurios laidos populiareesnės vaikų tarpe: skirtos vaikams ar suaugusiems, ar atpažįsta vaikai, nuolat televizijos ekranuose matomus muzikos atlikėjus. E. Žiobienė (2006) teigia, kad šiandien informacijos pateikimas žiniasklaidoje labiau apsiriboja sensacijų paieška, o tai daro neigiamą įtaką vaikų socializacijos procesui (žr. 11 lentelė).

11 lentelė. Laidos suaugusiems ir vaikams

<b>Blokas</b>	<b><u>Klausimai</u></b>	<b>Vaikų atsakymai, mintys</b>
Laidos vaikams	<u>Kokias laidas vaikams žiūri?</u>	<p><u>Vaikas G1.</u> „Gustavą žiūriu ir šitas man matytas, kaip jis vadinasi?, taip talentų ringas“  <u>Vaikas S2.</u> Gustavą žinau“  <u>Vaikas A3.</u> „nežinau“  <u>Vaikas V4.</u> „ne, nieko nežiūriu“  <u>Vaikas An5.</u> „aš žinau Gustavą, kartais žiūriu“  <u>Vaikas N6.</u> „Gustavas“  <u>Vaikas Ve7.</u> „Gustavas“  <u>Vaikas Au8.</u> „šitas dėdė valgyti daro...jis viską suvalgo ir tada kėdę numeta“  <i>Tyrėjos pastaba: kalba apie „Gustavo enciklopediją“</i>  <u>Vaikas I9.</u> „Kartais žiūriu Gustavą, jei įjungia mamytė“  <u>Vaikas P10</u> „nieko nežinau“</p>
Laidos skirtos suaugusiems	<p><u>Kokias laidas žinai?</u>            Kokias laidas žiūri?            Su kuo žiūri šias laidas?            Ar tau patinka šios laidos?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „Šok su manimi, žiūrime su mama šokius, pričiupom, ten juokingai“  <i>Tyrėjos pastaba: parodo į „Dvi min. šlovės „, ir „Lietuvos talentai“, nes nežino kaip vadinasi.</i>  <u>Vaikas S2.</u> „Šitas žiūrime visi namuose“  <i>Tyrėjos pastaba: parodo į „Šok su manimi“, „Farai“, „Lietuvos talentai“</i>  <u>Vaikas A3.</u> „šokius žiūrim namuose“  <u>Vaikas V4.</u> „šituos žiūriu“  <i>Tyrėjos pastaba: parodo į „Šok su manimi“, „Pričiupom“, „Dvi min. šlovės“</i>  <u>Vaikas An5.</u> „šokius žiūrim ir tą laidą, kur juokingai rodo žinau“  <i>Tyrėjos pastaba: „Pričiupom“</i>  <u>Vaikas N6.</u> „šokius žiūrime su mama ir kartais šitas“  <i>Tyrėjos pastaba: „Dvi min. šlovės“, „Lietuvos talentai“</i>  <u>Vaikas Ve7.</u> „šokius žiūriu, o ir „Pričiupom, dar šitą“  <i>Tyrėjos pastaba: „Dvi min. šlovės“</i>  <u>Vaikas Au8</u> „žiūriu šokius, ta laida su Rūta ir su Cololo“</p>

	<u>Vaikas I9.</u> „šokius žiūriu“ <u>Vaikas P10.</u> „nežinau, aš nežiūriu, šokius esu matęs“
--	--

Vaikai žiūri „Šok su manimi“, „Lietuvos talentai“, „Dvi minutės šlovės“, „Pričiupom“. Šios laidos dažnai siekdamos populiarumo, išryškina neigiamus laidų herojus, stengiasi pavišinti viską kas blogiausia ir kuo įspūdingiau pateikti žiūrovams. Imama įsivaizduoti, kad toks ir turi būti kasdieninis gyvenimas – nuolat keičiami partneriai, rezgamos slaptos intrigos, vyksta rungtyniavimas, silpnųjų engimas. Taigi vaikams, kurie nesugeba suvokti problemos rimtumo, atrodo smagu.

Tyrime dalyvavusieji vaikai iš vaikiškų atlikėjų žino tik „Tele bim bam“. Pigus populiarumo modelis pateikiamas ir suaugusiųjų muzikos atlikėjų pasaulyje. Vaizduojami žmonės, kurie dėl populiarumo dažnai peržengia padorumo ribas, o jų neigiamas elgesys toleruojamas (žr. 12 lentelė).

12 lentelė. Vaikų ir suaugusiųjų atlikėjai

<b>Blokas</b>	<b><u>Klausimai</u></b>	<b>Vaikų atsakymai, mintys</b>
Vaikų atlikėjai	<u>Ar žinai šiuos atlikėjus?</u>	<u>Vaikas G1.</u> „Neringa iš telebimbam“ <u>Vaikas S2.</u> „šitą žinau, jie dainuoja apie mama, aš net moku šią dainą“ <i>Tyrėjos pastaba: rodo į Marijoną Mikutavičių</i> <u>Vaikas A3.</u> „nežinau“ <u>Vaikas V4.</u> „nieko nežinau“ <u>Vaikas An5.</u> „kaip jis...Mikutavičius“ <u>Vaikas N6.</u> „nežinau“ <u>Vaikas Ve7.</u> „ne“ <u>Vaikas Au8.</u> „Telebimbam“ <u>Vaikas I9.</u> „nežinau“ <u>Vaikas P10.</u> „nežinau“
Suaugusiųjų atlikėjai	<u>Ar žinai šiuos atlikėjus?</u>  Kuris atlikėjas tau patinka?	<u>Vaikas G1.</u> „Šitą aš žinau“ <i>Tyrėjos pastaba: rodo į Marijoną Mikutavičių</i> <u>Vaikas S2.</u> „man patinka šitos mergaitės, neprisimenu kaip vadinasi“ <i>Tyrėjos pastaba: rodo į „69danguje“</i> <u>Vaikas A3.</u> „jos gražios, nežinau kas jos“ <i>Tyrėjos pastaba: rodo į „Olialia pupytės“</i> <u>Vaikas V4.</u> „nežinau“ <u>Vaikas An5.</u> „O Marijonas, žinau jį“ <u>Vaikas N6.</u> „nežinau“ <u>Vaikas Ve7.</u> „nieko nežinau“ <u>Vaikas Au8.</u> „olia lia mergaitės“ <u>Vaikas I9.</u> „nežinau“

Televizijos „auklėjama“ jaunoji karta mato ir žavisi suaugusiųjų seksualumu, palaidumu, iš muzikos atlikėjų tyrime išskirtos „69 danguje“ ir „O lia lia“ merginos. Apmaudu, tačiau iš vaikiškų grupių turbūt ir suaugusieji žino tik „Tele bim bam“.

Ikimokyklinio amžiaus vaikams didžiulę įtaką daro ir reklama, kuri stiprina vartotojiškas vertybes. Tad tyrime vaikų buvo prašoma atsakyti, kokius gėrimus jiems perka tėvai, ką labiausiai mėgsta valgyti, ar vartoja reklamuojamus produktus (žr. 13 lentelė)

13 lentelė. Maistas, gėrimai ir vitaminai

<b>Blokas</b>	<b>Klausimai</b>	<b>Vaikų atsakymai, mintysm1</b>
Gėrimai	<p><u>Ar perka tau šiuos gėrimus?</u></p> <p>Kuris gėrimas tau labiausiai patinka?</p> <p>Kurių gėrimų tau neperka tėveliai, nors prašai?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „ taip man perka „Miau“ , „Actimel“ , limonadus ir „Sprite“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „Cola yra nesveika, todėl aš negeriu. Perka „Miau“ , „Actimel“ , esu gėrusi šito“ <i>Tyrėjos pastaba: rodo į „Red Bull“</i></p> <p><u>Vaikas A3.</u> „sultis, „Actimel“ , „Sprite“ , „Fanta“ , mama yra davusi paragauti „Red Bull“ , o tėtis alaus“</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „Actimel“ , „Miau“ , sulytes, vandenį, norėčiau „CocaCola“ , bet neperka“</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „labiausiai mėgstu sultis, bet perka man ir „Miau“ , „Actimel“</p> <p><u>Vaikas N6.</u> „vandenuką aš geriu, taip pat man nuperka „Miau“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „man labai patinka „sprite“ , geriu ir „CocaCola“ ir limonadus, „Miau“</p> <p><u>Vaikas Au8.</u> „tėveliai man nuperka „Actimel“ labai patinka, taip pat mėgstu „Miau“ , sultis, nuperka ir „CocaCola“</p> <p><u>Vaikas I9.</u> „sultis, „Miau“ žinau „CocaCola“ , bet man neperka“</p> <p><u>Vaikas P10.</u> „limonadas man patinka, man nuperka kai prašau“</p>
Maistas	<p><u>Ar perka tau šiuos maisto produktus?</u></p> <p>Kurie maisto produktai tau patinka?</p> <p>Kada tau perka šiuos maisto produktus?</p>	<p><u>Vaikas G1.</u> „man perka saldinius ir picą“</p> <p><u>Vaikas S2.</u> „aš labai mėgstu čipsus, taip man juos perka, dar saldinius ir bananus mėgstu ir vinyoges“</p> <p><u>Vaikas A3.</u> „mėsainiai man labai patinka, kartais valgome kavinėje, traškučiai, daržoves reikia valgyti, nes sveika“</p> <p><u>Vaikas V4.</u> „ traškučius man perka“</p> <p><u>Vaikas An5.</u> „man labai patina traškučiai, dar pica“</p> <p><u>Vaikas N6.</u> „ne traškučių man neperka, aš valgau daržoves, kartais kavinėje picą“</p> <p><u>Vaikas Ve7.</u> „traškučius, saldinius, riešutus ir mėsainius“</p>



		<u>Vaikas Au8</u> „Traškučius, picą“ <u>Vaikas I9</u> „, neperka man nei čipsų, nei picų“ <u>Vaikas P10</u> „, traškučiai“
Vitaminai	<u>Ar žinai kas čia?</u>  Ar tu perka šiuos vitaminus?  Ar patinka tau žaisliukai „marsiečiai“?	<u>Vaikas G1</u> „,žinau „Marsiečiai“, ne aš turiu kitokių, neturiu jų“ <u>Vaikas S2</u> „,Marsiečiai“, aš juos turiu namuose“ <u>Vaikas A3</u> „Žinau vitaminai, kur žaisliukų yra“ <u>Vaikas V4</u> „,nežinau“ <u>Vaikas An5</u> „,negeriu jų bet žinau“ <u>Vaikas N6</u> „,nežinau“ <u>Vaikas Ve7</u> „,marsiečiai žiau, žaisliukų turiu“ <u>Vaikas Au8</u> „,kremas gal čia“ <u>Vaikas I9</u> „, žinau, mamytė nupirko ir aš geriu, kad būčiau sveika“ <u>Vaikas P10</u> „,žaisliukus žinau marsiečių“

Ikimokyklinio amžiaus vaikai nesugeba įvertinti reklamos ir pasirinkti, kur tiesa, o kur pramoginiai elementai, teigia D. Jokubauskas (2007). Televizijos reklamų ryškumas, melodingumas įtakoja vaikų maisto ir gėrimų vartojimą. Vaikai mėgsta „Actimel“, „Miau“, gazuotus gėrimus, traškučius, picą, žino vitaminus „Marsiečiai“, tai produktai kuriais reklamos specialistai manipuliuoja vaikų norais ir poreikiais. Tėvelių prašo pirkti vitaminus, nes dėžutės viduje galima rasti žaisliukų. Du vaikai iš dešimties (vaikas N6 ir I9) nevalgo traškučių teigdami, kad jų neperka tėvai. Be abejo nesveikų produktų vartojimas yra pirmiausia tėvelių problema. Svarbu su vaikais kalbėti ir paaiškinti kas tinka, yra vertinga, o kas visai nereikalinga ir net kenksminga.

Išsiaiškinta, kur ikimokyklinio amžiaus vaikai leidžia laisvalaikį su šeima, kokias laisvalaikio formas jie teikia prioritetus. Vaikų atsakymai pateikti lentelėje (žr. 14 lentelė)

14 lentelė. Vaikų laisvalaikis

<b>Laisvalaikis</b>	<b>Klausimai</b>	<b>Vaikų atsakymai, mintys</b>
	<u>Kur norėtum dabar būti?</u>  Ar einate su šeima į prekybos ir laisvalaikio centrus?  Ar leidžia tėvai tau žaisti kompiuterinius žaidimus?	<u>Vaikas G1</u> „, Kur supynės“ <u>Vaikas S2</u> „,Kur supynės“ <u>Vaikas A3</u> „,prie kompiuterio, pažaisiti, dar supynės patinka“ <u>Vaikas V4</u> „,prie televizoriaus, žiūrėčiau filmukus, man patinka „Akropolyje“ aš šalia gyvenu“ <u>Vaikas An5</u> „,aš nežaidžiu su kompiuteriu, tik su tėtės telefonu, patinka „Akropolis“, ir „Saulės miestas“ <u>Vaikas N6</u> „,Kur supynės“ <u>Vaikas Ve7</u> „,aš per mažas žaisti kompiuteriu, einu į

	<p>„Akropolį“ pirkti žaislą“  <u>Vaikas Au8.</u> „žaisti su kompiuteriu, žiūrėti televizorių“  <u>Vaikas I9.</u> „kur supynės“  <u>Vaikas P10.</u> „žaisti su kompiuteriu“</p>
--	--

Televizorius ir kompiuteris ikimokyklinio amžiaus vaikams pakeičia aktyvius žaidimus gryname ore ar vaizduotę lavinančią kūrybinę veiklą. Veiklą gryname ore pasirinko penki tyrime dalyvavę vaikai (G1, S2, A3, N6, I9). Fizinis aktyvumas ypač svarbus ikimokyklinio amžiaus vaikams kurie intensyviai auga ir tobulėja. Judant gerėja žmogaus motorika ir fiziniai gebėjimai. Ne visų vaikų motorika vystosi vienodu tempu. Skirtumus gali lemti daugybė įgimtų bruožų, tarp jų ir vadinamieji judėjimo gabumai, bet kartu nemažai įtakos turi ir aplinkos veiksniai – ypač gyvenimo būdas, įsitikinusi J. Stankūnienė (2012). Svarbu, tai judesių lavinimas neatsiejamas nuo vaiko protinio ugdymo. Fizinė veikla turėtų būti praturtinama užduotimis intelektui ugdyti, pasauliui pažinti. Šia veikla turėtų rūpintis ne tik ikimokyklinio ugdymo įstaigos, bet tėveliai, auginantys ikimokyklinio amžiaus vaikus.

## IŠVADOS

Išanalizavus literatūros šaltinius, atlikus mišrų tyrimą, apimantį kiekybinį ir kokybinį tyrimus, siekiant kuo tiksliau nustatyti žiniasklaidos vaidmenį ikimokyklinio amžiaus vaikų, ugdymo(si) kokybei bei tėvų, kadangi jie atsakingi už vaikų ugdymą, žiniasklaidos vartojimo poreikius, įpročius, vartojimo kultūrą, galima daryti šias išvadas:

1. Žiniasklaida, kaip vienas svarbiausių socializacijos veiksnių, vaidina svarbų vaidmenį ikimokyklinio amžiaus vaikų ugdymo(si) kokybei. Ji formuoja išorinio pasaulio sampratą, požiūrį į įvairius reiškinius, elgesio normas, vertybių sistemą, t.y. - savo efektais įtakoja vaiko ugdymo(si) kokybę.
2. Masinių informavimo priemonių, besivaikančių sensacijų, amžiuje asmenybės ugdymą šeimoje dažnai papildo ar net pakeičia įvairios žiniasklaidos priemonės. Jų poveikis ypač svarbus besiformuojančiai asmenybei, kadangi ikimokyklinio amžiaus vaikai, negali kritiškai įvertinti informacijos turinio, neturi susiformavusios vertybių sistemos, sunkiai atskiria demonstruojamą fantazijų pasaulį nuo realybės.
3. Dabartinė vaiko teisių ir teisėtų interesų apsaugos žiniasklaidoje teisinė bazė yra pakankamai išsami ir atitinka tarptautinių teisės normų reikalavimus, tačiau įvardytų teisės aktų nuostatų įgyvendinimui praktikoje, jų laikymosi efektyviam užtikrinimui būtina atitinkama, aiškiai apibrėžtų ir atribotus įgalinimus turinčių institucijų sistema. Remiantis anksčiau pateikta informacija, galima daryti išvadą, kad valstybė turi sukūrusi teises ir organizacines priemones, įrankius, kaip kontroliuoti viešoje erdvėje prieinamą ir neigiamą poveikį vaikams darančią informaciją. Tačiau yra skirtingų nuomonių apie šio mechanizmo praktinį realizavimą.
4. Žiniasklaidos, viešojo informavimo priemonės dažniausiai yra komercinio pobūdžio, pelno siekiančios organizacijos, kurios, kartais pamindamos prigimtines vaikų teises (teisė būti apsaugotam nuo viešai prieinamos žalingos informacijos), siekia savo materialinių tikslų. Vaiko teisių apsaugos tarnybos atstovai kartais neturi galimybių kovoti su šia situacija.
5. Lietuvos žiniasklaida deformuoja ikimokyklinio amžiaus vaikų elgseną. Didžiausias vaidmuo čia tenka animaciniams filmams ir kompiuteriniams žaidimams. Darydami didžiulę įtaką vaikiškai fantazijai, jie sukuria naujus elgesio modelius. Vaikai tapatina save su personažais, nes toks yra meno kūrinio suvokimo dėsnis, ir šitaip palaipsniui

įsisavina agresyvius poelgius, kuriuos lydi pergalės, triumfo jausmas. Vaiko psichikoje susiformuoja naujas charakterio bruožas, kuris ilgainiui gali tapti įprasta savybe.

6. Tėvai turėtų suprasti, kad vaikui ne visada svarbiausi žodžiai, svarbiau tai, kokiomis vertybėmis jie patys vadovaujasi gyvenime ir kaip bendrauja su vaikais. Lietuvoje vaikai retai temato pagarbą, pasitikėjimą, padėtinimą, atidumą, todėl aišku, jiems sunku išmokyti pasitikėti savimi bei kitais, juos gerbti. Vaikas, kuris bendraudamas su suaugusiais ir draugais patiria džiaugsmo, yra pasirengęs kelti sau teigiamus veiklos tikslus, pozityviau vertina save, geriau orientuojasi aplinkiniame pasaulyje. Socialinės kompetencijos dėka vaikui sudaromos sąlygos pačiam atlikti įvairius veiksmus, ugdomas gebėjimas išreikšti savo nuotaiką ne tik žodžiais, bet ir jausmais, gestais, veido mimika, taip pat suprasti kitą be žodžių. Jeigu suaugusiems rūpės vaiko mintys ir jausmai tik tam, kad pakeistų juos pagal save taip, kaip patinka, tuomet nepadės joks metodas. Norint pažinti vaiką, reikia išsiklausyti į jį, elgtis pagarbiai, su pasitikėjimu leisti jam skleisti savo prigimtį ir nežaloti jos spaudimu, savo lūkesčiais ir fantazijomis.
7. Kompiuteris negali duoti vaikams to, ko jiems šį amžiaus tarpsnį būtinai reikia: pojūčių, vaizduotės lavinimo, judėjimo, pokalbių ir išradingo mąstymo ugdymo. Kompiuteris priklauso jaunimo ir suaugusių žmonių pasauliui. Nekontroliojamame vaikų pasaulyje jis yra vien kliūtis, stabdanti vaiko vystymąsi.

## REKOMENDACIJOS

### Švietimo politikams patartina:

1. Gerinti teisės aktų praktinį realizavimą.
2. Koordinuoti viešo informavimo paslaugas teikiančių įmonių veiklą.

### Pedagogams siūloma:

1. Bendradarbiauti vaiko socializacijos ir ugdymo(si) kokybės gerinimo klausimais.
2. Rūpintis ikimokyklinio amžiaus vaikų švietimu dėl neigiamo elektroninės žiniasklaidos poveikio socializacijai ir ugdymo(si) kokybei.

### Tėvams rekomenduojama:

1. Pasirūpinti vaikų naudojamų žaislų bei meninių priemonių kokybe.
2. Kuo dažniau išjunkite namuose televizorių.
3. Nepalikite įjungto televizoriaus, kai niekas jo nežiūri, arba kai laida ar filmas nepatinka.
4. Nežiūrėkite televizoriaus visada, kai turite laisvo laiko.
5. Kuo dažniau praleiskite laisvalaikį su šeima gryname ore.

## LITERATŪRA

1. Gailienė D. (2010). *Žiniasklaida nuodija*. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2010-03-01-danute-gailiene-ziniasklaida-nuodija/41203>>
2. Kiguolytė R., Valickas G. (2008). *Smurto rodymas Lietuvos televizijos laidose*. ISSN 1392–0359. *Psichologija* 2008 37
3. Žemaitytė D. *Medijos: draugas ar baubas?* Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2011-03-20-dalia-zemaityte-medijos-draugas-ar-baubas/59812/comments>>
4. D.Kavaliauskienė, R.Jasmontienė. (2011). *Ikimokyklinio ugdymo pedagogas: privalu visiems itikti?* Prieiga per internetą: <<http://alkas.lt/2011/01/31/d-kavaliauskiene-r-jasmontiene-ikimokyklinio-ugdymo-pedagogas-privalu-visiems-itikti/>>
5. Martišauskienė D. (2008). *Tėvų ir pedagogų požiūris į ikimokyklinio ugdymo paslaugų kokybę*. Socialiniai mokslai: Edukologija.
6. Neifachas. S. (2009). *Ikimokyklinio ugdymo kokybės valdymo problemos eksplikacija*. Vilnius: VPU Leidykla.
7. Juodaitytė A. (2000). *Socializacija ir ugdymas vaikystėje*. Tiltai Nr. 4.
8. Juodaitytė A. (2002). *Socializacija ir ugdymas vaikystėje*. Vilnius: Retro.
9. Kvieskienė G. (2005). *Pozityvioji socializacija*. Vilnius: VPU leidykla.
10. Machova E. (2011). *Vaikų auklėjimas pirmiausia yra savęs auklėjimas*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/straipsnis/10633>>
11. Žukauskienė R. (1996). *Raidos psichologija*. Vilnius: Valstybinis leidimo centras
12. Bužauskaitė E. (2011). *Bendradarbiavimas su tėvais: kaip juos įtraukti į ugdymo procesą darželyje*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/straipsnis/10615>>
13. Ragauskaitė E. (2011). *Kas atsakingas už vaiko auklėjimą ir mastymą - šeima ar darželis?* Prieiga per internetą <<http://www.ikimokyklinis.lt>>
14. Dargužytė Ž. (2011). *Kaip spalvų margumynas veikia vaikų kūrybingumą ir gebėjimą susikaupti?* Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/teveliams/kaip-spalvu-margumynas-veikia-vaiku-kurybinguma-ir-gebejima-susikaupti/10179>>
15. Litvinienė J. (2002). *Šeima-vaiko ugdymo institucija*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla

16. Meilus E. (2011). *Reklamos kūrėjai turi jausti atsakomybę vaikams*. Prieiga per internetą: <<http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2011-05-02-egidijus-meilus-vaikai-ir-reklama/61947/print>>
17. Kabailaitė R. (2000). *Kaip tampama sraigteliu?* Prieiga per internetą: <<http://www.vaikas.lt/lt/ugdymas/valdorfo-pedagogika-1/ivadas/kaip-tampama-sraigteliu>>
18. Stankevičienė K. (2010). *Kompiuteris - iššūkis tėvams ir vaikui*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/teveliams/kompiuteris--issukis-tevams-ir-vaikui/2392>>
19. Lang P., Buermann U., Schuberth E. (2007). *Vaikas ir kompiuteris*. Vilnius : Lietuvos Valdorfo pedagogikos centras
20. Kuginytė-Arlauskienė I. (2010). *Šiuolaikinė vaikystės samprata*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/bendri-straipsniai/siuolaikine-vaikystes-samprata/2382>>
21. Šadzevičius V. (2010). *Žalinga informacija viešojoje erdvėje – kaip apsaugoti vaiką?* Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/bendri-straipsniai/zalinga-informacija-viesoje-erdveje-kaip-apsaugoti-vaika-/4410>>
22. Raižienė S., Banaitienė A. (2010). *Ar visi animaciniai filmukai daro vienodą įtaką vaikams?* Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/bendri-straipsniai/ar-visi-animaciniai-filmukai-daro-vienoda-itaka-vaikams/4376>>
23. Pilkauskaitė-Valickienė R. (2011). *Reklamos supratimas ikimokykliniame amžiuje*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/bendri-straipsniai/reklamos-supratimas-ikimokykliniame-amziuje/5784>>
24. Landsbergienė A. (2011). *Kompiuteris ir mažas vaikas TAIP AR NE?* Prieiga per internetą: <[www.austejosblogas.lt/2008/06/kompiuteris-ir-mazas-vaikas-taip-ar-ne/](http://www.austejosblogas.lt/2008/06/kompiuteris-ir-mazas-vaikas-taip-ar-ne/)>
25. Nekrasova Z., Nekrasova N. (2008). *Kaip atitraukti vaiką nuo kompiuterio ir ką daryti paskui*. Kaunas: Mijalba.
26. Kirijanovienė S. (2008). *Agresijos mokytojai*. Žurnalas „Psichologija Tau“ Nr. 5 p.29-32
27. Jonikaitė R. (2010). *Kur komercija, nuoširdumui vietos nelieka*. Savaitraštis „Ji“ Nr. 47 p.16-17
28. Luginė A. (2011). *Nevaikiški vaikų žaidimai*. Savaitraštis: „Šiauliai plus“ Nr. 384 p.6
29. Jokubauskas D. (2007). *Reklama televizijoje: pranašumai, trūkumai ir poveikis*

- vartotojui. Prieiga per internetą: <[http://www.facebook.com/note.php?note\\_id=155638997786005](http://www.facebook.com/note.php?note_id=155638997786005)>
30. Šūmakarienė A. (2008). *Vaikas + televizorius = ?* Prieiga per internetą: <<http://www.asirpsichologija.lt/index.php?vaikas-televizorius&category=12&id=85>>
  31. Miškinis A. (2005). *Vaiko teisių ir teisėtų interesų apsaugos žiniasklaidoje realizavimas*. Konferencija Vaiko teisės ir teisėti interesai žiniasklaidoje: teoriniai ir praktiniai aspektai. Vilnius, 2005 m. birželio 8 d. Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/owabin/owarepl/inter/owa/U0148593.pdf>>.
  32. Stropienė D. (2005). *Vaiko įvaizdžio formavimas žiniasklaidoje. Konferencija Vaiko teisės ir teisėti interesai žiniasklaidoje: teoriniai ir praktiniai aspektai*. Vilnius, 2005 m. birželio 8 d. Prieiga per internetą: <[http://vaikams.lrs.lt/konferencijos/\(05-06-08\)\\_KonferencijosLRS\\_pranesimai.pdf](http://vaikams.lrs.lt/konferencijos/(05-06-08)_KonferencijosLRS_pranesimai.pdf)>.
  33. Martišauskienė D. (2010). *Ikimokyklinio ugdymo paslaugų kokybės valdymo modeliavimas tiriant tėvų-vartotojų poreikius*. Šiaulių universiteto leidykla.
  34. Молчанов И., Сороченко В. (2007). *Детская реклама*. Prieiga per internetą: <<http://www.psyfactor.org/recl15.htm>>.
  35. Штейн А. (2007). *Дети и реклама*. Prieiga per internetą: <<http://www.7ya.ru/pub/article.aspx?id=330#null>>.
  36. Podeliienė R. (2008). *Vaiko įvaizdis TV reklamoje: teorinės interpretacijos ir vertinimo tendencijos vaiko teisių apsaugos kontekste*. Magistro darbas. Šiaulių universitetas.
  37. Ali M., Blades M., Oates C., Blumberg F. (2009). *Young children's ability to recognize advertisements in web page designs*. University of Sheffield, UK
  38. Enciklopedija „Lietuva“ (2000). 1 Tomas, Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidimo institutas.
  39. Čepavičienė E. (2003). *Padarysiu iš tavęs DNR košę!* Prieiga per internetą: <[http://www.balsas.lt/naujiena/271474/gintaras-beresnevicius-eziukas-rukenuisove/rubrika:naujienos-projektai-projektuarchyvas-archyvas\\_2003-2006](http://www.balsas.lt/naujiena/271474/gintaras-beresnevicius-eziukas-rukenuisove/rubrika:naujienos-projektai-projektuarchyvas-archyvas_2003-2006)>
  40. Laurinaitytė A., Kuogienė E. (2007). *Televizija ir kompiuteris: jūsų vaiko priešas ar draugas?* Prieiga per internetą: <<http://www.svzm.lt/index.php?pagrid=straipsnis&lid=2&strid=36406>>
  41. Gudžinskienė V., Petronienė O. (2010). *Socialinės paramos programos vaikui ir šeimai*. Prieiga per internetą: <<http://www.ikimokyklinis.lt/index.php/straipsniai/bendri-straipsniai/socialines-paramos-programos-vaikui-ir-seimai/4901>>
  42. Lėliūgienė I. (2002). *Žmogus ir socialinė aplinka*. Kaunas: Kauno technologijos



- universiteto leidykla.
43. Kaupienė J. (2011). *Televizijos įtaka vaiko vystymuisi*. Prieiga per internetą:  
<<http://atviras-langas.blogspot.com/2011/01/televizijos-itaka-vaiko-vystymuisi.html>>
  44. Boyse K. (2010). *Television and Children*. Prieiga per internetą:  
<<http://www.med.umich.edu/yourchild/topics/tv.htm>>
  45. Conger C. (2010). *Is Television Harmful for Children?* Prieiga per internetą:  
<<http://news.discovery.com/tech/is-television-harmful-for-children.html>>
  46. Jeffries S. (2004). *Is television destroying our children's minds?* Prieiga per internetą:  
<<http://www.guardian.co.uk/society/2004/jul/21/childrenservices.socialcare>>
  47. Beder S. (1998). *Marketing to Children*. Prieiga per internetą:  
<<http://herinst.org/sbeder/children/children.html#RTFToC3>>
  48. Beder S. (2009). *Turning Children Into Consumers*. Prieiga per internetą:  
<[http://www.medialens.org/alerts/09/090629\\_turning\\_children\\_into.php](http://www.medialens.org/alerts/09/090629_turning_children_into.php)>
  49. Reynolds C. (2011). *The Effects of TV Advertising on Children*. Prieiga per internetą:  
<[http://www.ehow.com/list\\_6151994\\_effects-tv-advertising-children.html](http://www.ehow.com/list_6151994_effects-tv-advertising-children.html)>
  50. Juodaitytė A., Rūdytė K. (2006). *Vaikų savaiminio mokymo(si) namų aplinkoje reikšmingumo diskursas*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
  51. Bitinas B. (1996). *Ugdymo filosofijos pagrindai*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
  52. Aramavičiūtė V. (2009). *Šiuolaikinio žmogaus socializacija Juozo Vaitkevičiaus socialinėje pedagogikoje*. ISSN 1392-5016. ACTA PAEDAGOGICA VILNENSIA

## **PRIEDAI**

## KLAUSIMYNAS TĖVAMS

„ŽINIASKLAIDOS, KAIP VIENO SVARBIAUSIŲ SOCIALIZACIJOS VEIKSNIŲ,  
VAIDMUO IKIMOKYKLINIO AMŽIAUS VAIKŲ UGDYMO(SI) KOKYBEI“

**Gerb. Tėveliai,**

Esu Agnė Tarasevičiūtė, Šiaulių Universiteto magistrantūros studentė, atlieku tyrimą ir noriu išsiaiškinti, kokį vaidmenį atlieka šiuolaikinė žiniasklaida mūsų, suaugusiųjų, o svarbiausia, mažųjų ikimokyklinukų gyvenimo kokybei?: *Kokias ir kodėl televizijos laidas renkatės žiūrėti? Ar jos pakankamai įdomios ir naudingos? Kokie Jūsų kompiuterio naudojimo įpročiai? Ar reklama daro poveikį Jūsų, bei vaikų, apsisprendimams? Ar žinote, ką Jūsų vaikai žiūri per TV, ką žaidžia su kompiuteriu, ar rūpinatės ir kontroliuojate šiuos procesus?*

Jūsų atsakymų anonimiškumas garantuojamas. Jums pateikiamoje anketoje yra dvejopo pobūdžio klausimai: vieni iš jų yra su atsakymų variantais – kiti be jų. Jeigu yra pateikti atsakymų variantai Jums tinkamus pažymėkite taip: X

Kitur Jums pateikiamas tik klausimas, tačiau atsakymų į juos nėra arba, jeigu nurodyti atsakymai Jums netinka, tuomet Jūsų prašome remtis savo patirtimi ir atsakymą suformuluoti patiems.

**KLAUSIMYNAS YRA ANONIMINIS !**

Jūsų nuomonė man labai svarbi

IŠ ANKSTO DĖKOJU UŽ JŪSŲ ATSAKYMUS IR SUGAIŠTĄ LAIKĄ

Jums tinkamus atsakymus žymėkite X arba kur reikia įrašykite patys

## INFORMACIJA APIE JUS

**1. Jūsų lytis:**

- vyras
- moteris

**2. Jūsų amžius:**

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46 ir daugiau

**3. Jūsų išsilavinimas:**

- pagrindinis
- vidurinis
- aukštesnysis
- aukštasis

**4. Socialinė padėtis:**

- dirbu
- nedirbu

**5. Šeimyninė padėtis:**

- vienišas/ vieniša
- vedęs/ ištekęjusi
- turiu gyvenimo draugą/ draugę
- išsiskyręs/ išsiskyrusi

**6. Vaikų skaičius Jūsų šeimoje:**

.....

**7. Jūsų vaiko amžius, lankančio šią darželio grupę:**

- 4
- 5
- 6

## JŪSŲ ŠEIMOS LAISVALAIKIS BEI ĮPROČIAI

**8. Jums gyvenime svarbiausia:**

(Pažymėkite skaičiais nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia labai svarbu, o 5 mažiau svarbu)

- pinigai
- karjera

- šeima
- sveikata
- galia

**9. Kur labiausiai mėgstate leisti laisvalaikį:**

- laisvalaikio ir pramogų centruose
- namuose prie televizoriaus
- gryname ore miške ar parke
- kita .....

**10. Su kuo dažniausiai leidžiate laisvalaikį:**

- su šeima
- su draugais
- kita .....

**11. Ar leidžiate laisvalaikį kartu su savo vaiku, pvz. skaitydami knygas, žaisdami:**

- taip
- kartais, nes neturiu laiko
- ne
- kita .....

**12. Ar kalbate su savo vaiku apie jiems rūpimus dalykus:**

- taip, dažnai
- taip, bet paskubomis
- retai
- ne
- kita .....

**13. Ar skatinate savo vaiką lankyti būrelius, žaisti su draugais:**

- taip
- neskatinu, jis pats pasirenka
- ne
- kita .....

**TELEVIZIJOS ŽIŪRĖJIMO ĮPROČIAI**

**14. Kiek vidutiniškai laiko per dieną skiriate televizijos žiūrėjimui:**

- iki valandos
- 2-3 val.
- 3-5 val.
- daugiau nei 5 val.

**15. Su kuo dažniausiai žiūrite televizorių:**

- vienas/viena
- su šeima/ su vaikais

- su draugais
- kita .....

**16. Kokio pobūdžio programos mieliau renkatės žiūrėti:**

- Informacines (žinios, panorama, naujienos, dokumentiniai istoriniai filmai)
- publicistines (žurnalistiniai tyrimai)
- Pramogines (įvairūs šokių ir dainų projektai, filmai, koncertai, serialai)
- Mobilizuojančias ("Bėdų turgus", labdaros ir išsipildymo akcijos, pagalba kitiems)

**17. Kurios televizijos laidos formuoja Jūsų vertybių sistemą t.y. priverčia patikėti, susimąstyti?**

Įvardykite konkrečias laidas.

.....

**18. Ko pasigendate televizijos programų pasiūloje, ko yra per daug?**

.....

**19. Televizijos vaidmuo Jūsų gyvenime:**

- televizija – mano geriausias draugas
- tai nereikalingas daiktas
- geras būdas prasiblaškyti, atsipalaiduoti
- žiūriu tik prieš miegą, nes padeda užmigti
- žiūriu televizorių tik iš neturėjimo ką veikti
- kita .....

**20. Kaip manote, kokią įtaką daro televizija:**

- pakelia nuotaiką
- padeda nusiraminti
- moko, šviečia
- kvailina žmones
- tiesiogiai įtakoja mūsų vartojimą
- neturi jokios įtakos
- kita .....

**21. Ar žiūrite realybės šou:**

- visada
- dažnai
- kartais
- niekada
- kita .....

**22. Kada dažniausiai žiūrite televiziją:**

- ryte
- dieną
- vakare
- naktį

- savaitgaliais
- per šventes
- priklauso nuo rodomos programos
- kita .....

23. Didžiausią autoritetą turintis televizijos žmogus

.....

24. Žiūrimiausia kultūrinę vertę turinti laida

.....

#### KOMPIUTERIO NAUDOJIMO ĮPROČIAI

25. Kiek vidutiniškai valandų per dieną praleidžiate prie kompiuterio:

.....

26. Ką dažniausiai darote kompiuteriu:

.....

27. Ar žaidžiate kompiuterinius žaidimus:

- taip
- kartais
- ne
- kita .....

28. Jei atsakėte "taip", kokius žaidimus žaidžiate:

.....

29. Kompiuteris Jums suteikia daugiau naudos ar žalos:

.....

#### REKLAMOS POVEIKIS

30. Ar reklama daro Jums įtaką renkantis produktus:

- taip
- kartais
- ne
- kita .....

31. Ar esate susidūręs su reklama, kuri asmeniškai jus papiktino:

- taip
- ne
- kita .....

**32. Kokias emocijas Jums sukelia reklama:**

- susidomėjimą
- susierzinimą
- pasipiktinimą
- jaučiatės sutrikdytas
- nekelia emocijų

**33. Ar kalbate su savo vaiku apie reklamą, jos tikslus:**

.....

#### VAIKO ĮPROČŲ FORMAVIMAS

**34. Kiek vidutiniškai valandų per dieną leidžiate savo vaikui žiūrėti televizorių:**

- iki 1 val.
- 2-3 val.
- daugiau nei 3val.

**35. Ar sutinkate su teiginiu, kad televizija daro daugiau neigiamą poveikį vaikams nei teigiamą:**

- sutinku
- nesutinku
- kita .....

**36. Ar sutinkate su teiginiu, kad TV turinys dažnai būna šokiruojančio, netinkančio pobūdžio rodymui:**

- sutinku
- manau, kad tai yra normalu, nes taip prikaustomas dėmesys
- manau, kad toks turinys yra pakankamai priimtinas ir nepavojingas
- nesutinku
- kita .....

**37. Kai Jūsų vaikas žiūri televizorių, Jūs:**

- žiūrite kartu tylėdami
- džiaugiatės ramybe ir užsiimate kitais darbais
- išrenkate tinkamas laidas pvz.: pagal amžių
- žiūrite kartu, kalbėdamiesi apie tai ką rodo
- kita .....

**38. Ar Jūsų vaikas prašo nupirkti būtent reklamuojamų produktų ar daiktų:**

- taip, įkyriai zirzdamas
- pats pasiūlote, kad būtų ramus
- prašo, bet pavyksta susitarti
- ne
- kita .....



39. Ar Jūsų vaikas žaidžia kompiuterinius žaidimus:

- taip
- kartais
- ne
- kita .....

40. Jei atsakėte teigiamai, tai išvardinkite kelis kompiuterinius žaidimus, kuriuos žaidžia Jūsų vaikas?

.....

41. Ar norėtumėte keisti savo vaiko įpročius susijusius su televizoriaus žiūrėjimu ar naudojimu kompiuteriu?

- taip, norėčiau
- taip, norėčiau, nes.....
- ne
- ne, nes.....
- kita .....

AČIŪ UŽ JŪSŲ ATSAKYMUS!

