

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
HUMANITARINIS FAKULTETAS  
FILOSOFIJOS IR ANTROPOLOGIJOS KATEDRA

**Raimonda LINKEVIČIENĖ**

Tarpkultūrinio ugdymo ir tarpininkavimo studijų programos studentė

**14 – 15 METŲ PAAUGLIŲ MERGAIČIŲ SAVĖS, SAVO KŪNO PATEIKIMO  
SOCIALINIUIOSE PAŽINČIŲ TINKLAPIUIOSE, KRITINIS REFLEKTAVIMAS**

**Magistro darbas**

Darbo vadovas:  
prof. dr. Jonas Ruškus

Šiauliai, 2012

## SANTRAUKA

Raimonda Linkevičienė

**14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose, kritinis reflektavimas.**

Magistro darbas

Magistro darbe tiriamas 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose. Teorinėje dalyje analizuojami paauglystės raidos ir socializacijos aspektai, medijų kaip tarpkultūrinio ugdymo dalyvių svarba, moters objektyvizacija masinės žiniasklaidos ir reklamos diskurse bei transformuojantis ir išlaisvinantis mokymas(is), kaip sąmoningumo didinimas. Empirinėje dalyje atlikti keturi tyrimo etapai: diskusinės focus grupės tyrimas, vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizė, tiesioginis stebėjimas dalyvaujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose ir ekspertų apklausa. Edukaciniu požiūriu tyrimas atskleidė, kad paauglių socializacijos procese, medijos dalyvauja kaip informaliojo ugdymo dalyvės (šalia formalaus ir neformalaus ugdymo), taip pat lygiagrečiai kitų tradicinių institucijų – šeimos, mokyklos, Bažnyčios. Socialiniuose pažinčių tinklapiuose 14 – 15 metų paauglės mergaitės save, savo kūno pateikia provokuojančiai. Išryškėjo seksualumo, erotiškumo dominavimas. Atlikti tyrimo etapai patvirtino hipotezę, kad dėl kritinio sąmoningumo stokos 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose, apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.

**Raktiniai žodžiai:** socialiniai pažinčių tinklapiai, žiniasklaida, moters objektyvizacija, kūniškumas, seksualumas, stereotipai, viktimizacija.

## SUMMARY

Raimonda Linkevičienė

**Critical reflection of 14 – 15 year old girls self and own body presentation in social networking websites.**

Master's work

In this paper 14 – 15 year old girls' self and own body presentation in social networking websites is being analyzed. In the theoretical part of the work the following topics are analyzed: the adolescence development and socialization aspects, the importance of media as a part of intercultural education, woman's objectivization in the discourse of mass media and advertisement, transformational and releasing education as a means to increase consciousness. In the empirical part four research stages were performed: the investigation of the focus group, the analysis of the visual documents (photos), participating observation in social networking websites and the experts' inquiry. From the educational point of view the research revealed that media in the socialization process of adolescents acts as a participant of informal education (alongside the formal and informal education) and in parallel with other traditional institutions as a family, school and church. In the social networking websites the 14 – 15 year old girls present themselves and their bodies in a provocative way. The dominance of sexuality and eroticism was noticed. The performed research stages proved the hypothesis, that because of the lack of critical consciousness 14 – 15 year old girls' self and own body presentation in social networking websites determines the possible dangers of victimization.

**Key words:** social networking websites, media, woman's objectivization, sexuality, stereotypes, victimization.

## TURINYS

<b>IVADAS</b> .....	<b>6</b>
<b>SĄVOKŲ PAAIŠKINIMAI</b> .....	<b>13</b>
<b>1. PAAUGLYSTĖS RAIDOS ASPEKTAI</b> .....	<b>15</b>
1. 1. Paauglystės amžiaus tarpsniai .....	15
1. 2. Asmenybės tapatumo samprata .....	17
1. 3. Socializacijos samprata, procesai, institucijos.....	20
<b>2. MEDIJOS KAIP TARPKULTŪRINIO UGDYMO DALYVĖS</b> .....	<b>26</b>
2. 1. Medijos ir tarpkultūrinė socialinė aplinka .....	26
2. 2. Medijos – informального ugdymo dalyvės.....	27
2. 3. Socialinių pažiūrų tinklapių komunikacinis kontekstas.....	27
2. 3. 1. Virtualios grupės apibūdinimas .....	28
2. 4. Identiteto kūrimas žiniasklaidoje.....	35
2. 4. 1. Stereotipų samprata. Teigiami ir neigiami aspektai .....	36
2. 4. 2. Moters objektyvizacija vizualiniame žiniasklaidos ir reklamos diskurse .....	37
<b>3. TRANSFORMUOJANTIS IR IŠLAISVINANTIS MOKYMASIS, KAIP SĄMONINGUMO DIDINIMAS</b> .....	<b>42</b>
3. 1. P. Freire emancipacinė transformuojančio mokymosi teorija.....	42
3. 2. Kiti požiūriai į transformuojantį mokymą .....	45
<b>4. 14 – 15 METŲ PAAUGLIŲ MERGAIČIŲ SAVĖS, SAVO KŪNO PATEIKIMO SOCIALINIUOSE PAŽINČIŲ TINKLAPIUOSE, TYRIMO METODOLOGIJA</b> .....	<b>47</b>
4. 1. Empirinio tyrimo struktūra ir pagrindimas multimetodologiniu apseku .....	47
4. 1. 1. I etapas – diskusinė focus grupės tyrimas .....	48
4. 1. 2. II etapas – vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizė.....	52
4. 1. 3. III etapas – tiesioginis stebėjimas dalyvaujant .....	54
4. 1. 4. IV etapas – ekspertų apklausa .....	55
<b>5. 14 – 15 METŲ PAAUGLIŲ MERGAIČIŲ SAVĖS, SAVO KŪNO PATEIKIMO SOCIALINIUOSE PAŽINČIŲ TINKLAPIUOSE, KOKYBINIO TYRIMO REZULTATAI</b> .....	<b>59</b>
5. 1. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažiūrų tinklapiuose.....	59
5. 1. 1. 14 – 15 metų paauglių mergaičių kompiuterinės veiklos trukmė, dažnis ir ciklai .....	60
5. 1. 2. 14 – 15 metų paauglių mergaičių veikla internete.....	62
5. 1. 3. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažiūrų tinklapiuose, veiklos trukmė, dažnis ir ciklai .....	63
5. 1. 4. 14 – 15 metų paauglių mergaičių socialinių pažiūrų tinklapių .....	65
asmeninio profilio įvaizdis .....	65

5. 1. 5. 14 – 15 metų paauglių mergaičių turimas kūniškumo suvokimas.....	68
5. 1. 6. 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos grėsmės.....	73
socialiniuose pažinčių tinklapiuose .....	73
5. 1. 7. 14 – 15 metų paauglių mergaičių ir tyrimo ekspertų projektuojama.....	75
viktimizacijos prevencija.....	75
5. 2. Nuotraukų analizė.....	80
5. 2. 1. Viktimizacijos grėsmės ekspertų požiūriu, viešinant socialiniuose pažinčių tinklapiuose seksualias ir provokuojančias nuotraukas.....	86
5. 3. Tiesioginis stebėjimas dalyvaujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose.....	87
<b>IŠVADOS .....</b>	<b>91</b>
<b>REKOMENDACIJOS .....</b>	<b>95</b>
<b>LITERATŪRA .....</b>	<b>97</b>
<b>PRIEDAI .....</b>	<b>107</b>

## LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Grupės apibrėžimai ir jų formulavimo požymiai.....	29
2 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių kompiuterinės veiklos trukmė, dažnis ir ciklai .....	61
3 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių veikla internete .....	62
4 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažinčių tinklapiuose .....	64
5 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių socialinių pažinčių tinklapių asmeninio profilio įvaizdis...67	
6 lentelė. Focus grupės tyrimo dalyvių informacinė aplinka. ....	69
7 lentelė. Focus grupės dalyvių, 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos interneto grėsmės. ....	74
8 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių projektuojama viktimizacijos prevencija. ....	77
9 lentelė. 1 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose. ....	81
10 lentelė. 2 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose. ....	82
11 lentelė. 3 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose. ....	83
12 lentelė. 4 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose. ....	85
13 lentelė. 4 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose. ....	85
14 lentelė. Viešinant provokuojančias, seksualias nuotraukas: anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų, gautų laiškų pobūdis. ....	88
15 lentelė. Viešinant neprovokuojančias, neseksualias nuotraukas: anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų, gautų laiškų pobūdis.....	89

## ĮVADAS

**Tyrimo aktualumas.** Nepilnamečiams neigiamą poveikį daranti informacija Lietuvos Respublikos Nepilnamečių apsaugos nuo neigiamo viešosios informacijos poveikio įstatyme apibūdinama kaip erotinio pobūdžio bei sukelianti baimę ar siaubą (Valstybės žinios, 2009)<sup>1</sup>. Vaiko teisių apsaugos pagrindų įstatymas, dėl Vaiko apsaugos nuo seksualinio išnaudojimo draudžia vaikus įtraukti į bet kokią seksualinę, prostitucijos veiklą ir tos veiklos panaudojimą pornografijai (Valstybės žinios, 1996)<sup>2</sup>. Minėtais įstatymais numatoma ir vaiko apsauga nuo įtraukimo į tokios informacijos kūrimą. Lietuvos Respublikos Baudžiamasis kodeksas<sup>3</sup> (Valstybės žinios, 1996) numato atsakomybę nepilnametį prižiūrintiems asmenims už neigiamos įtakos darymą bei netinkamą asmenybės ugdymą (Valstybės žinios, 2000)<sup>4</sup>. Griežta atsakomybė skiriama elektroninėms informavimo priemonėms ir interneto tinklapių administratoriams. Jie įpareigojami fiksuoti neigiamą poveikį nepilnamečių vystymuisi darančią informaciją. Tokią informaciją draudžiama skelbti ir platinti nepilnamečiams laisvai prieinamose erdvėse (Valstybės žinios, 2004)<sup>5</sup>.

Globaliu laikmečiu, sparčiai augančios informacinių technologijų galimybės atveria naują komunikacijos erdvę. Remiantis Internet World Stats (2010) duomenimis, Lietuvos interneto vartotojų skaičius 2010 metais buvo 2 103 000, palyginus su 2006 metais išaugo 59,3 proc. Lietuvos Statistikos departamento duomenimis, 2011 m. pirmąjį ketvirtį kiekvieną dieną kompiuteriu naudojosi 94,2 proc. 15 – 24 metų amžiaus asmenų. D. C. Strasburger, E. Donnerstein (1999) teigia, kad pornografija yra viena iš grėsmių, kuri be didesnių pastangų pasiekama internetu. Internetinėje erdvėje yra daug erotikai ir pornografijai skirtų tinklapių, kurie prieinami kiekvienam interneto vartotojui nepaisant jo amžiaus. D. D. Waskul (2004) teigia, kad erotika, seksualinio pobūdžio informacija, internetinis seksas yra plačiai pateikiamas vaizdais, prasmų sistemomis ir sąveikos formomis, kurios yra nesunkiai prieinamos nepilnamečiams. Pornografija, internetinis seksas dažniausiai pasižymi seksualiniu moters išnaudojimu, objektyvizavimu, šališkumu bei nuolatinio moralinių įsitikinimų neigimu (Waskul, 2004).

Socialiniai pažinčių tinklapiai tiesiogiai atliepia kiekvieno, ypač paauglio, poreikį bendrauti ir būti socializacijos subjektu. Viena vertus socialiniuose pažinčių tinklapiuose susirandama virtualių arba realių draugų, greitai tampama grupės nariu, keičiamasi ne tik nuotraukomis, informacija, bet ir įvykiais, nuotaikomis, įspūdžiais. Kita vertus, socialiniuose pažinčių tinklapiuose slypi ir grėsmės. Čia galima susipažinti su žmonėmis, kurie slepiasi po išradingai susikurtais avatarais, klaidingai pateikia

---

<sup>1</sup> Valstybės žinios, 2009 12 28, Nr. 154-6959.

<sup>2</sup> Valstybės žinios, 1996, Nr. 33-807.

<sup>3</sup> 86 straipsnis.

<sup>4</sup> Valstybės žinios, 2000 10 25, Nr. 89-2741.

<sup>5</sup> Valstybės žinios, 2004 06 19, Nr. 96-3530.

amžių ir tapatybę, naudodami įvairius manipuliacinius metodus gali įtraukti patirties neturintį paauglį į jo sveikatai grėsmingas veikas, galinčias virsti patyčiomis, seksualinių priekabiavimų, psichologiniu, fiziniu smurtu ir blogiausiai – nužudymu (tragiškas „Facebook“ atvejis).

**Ištirtumas.** *Paauglystės raidos aspektus* plačiai tyrinėjo mokslininkai (Blos, 1967; Kohlberg, 1987; Kidwell, Dunham, 1995; Jung, 1990; Vygotski, 1991; Myers, 2000; Vaitkevičiaus, 1995; Jovaiša, 2001; Leliūgienė, 2003; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) teigia, kad tai yra ypatingas amžiaus tarpsnis, kurio metu vyksta fizinė, kognityvinė, emocinė ir socialinė raida. Šį amžiaus tarpsnį daugelis mokslininkų įvardija kaip individo sumaišties, savęs ieškojimo, savojo identiteto formavimosi etapą. *Asmenybės tapatumo samprata* mokslininkų (Erikson, 1968, 2004; Marcia, 1980, 1994; Vaičiulienė, 2004; Žukauskienė, 2007; Legkauskas, 2008, 2009 ir kt.) manymu yra laikas kada individas siekia sužinoti „Kas aš esu“, „Kur aš einu“, „Kaip mane vertina aplinkiniai“. Tapatumas yra tai, per ką individas atpažįsta save, o šį procesą lydi krizės. *Socializacijos* procesus daugelis mokslininkų (Vaitkevičius, 1995; Juodaitytė, 2002; Vaičiulienė, 2004; Kvieskienė, 2005; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) apibrėžia panašiai, socializacija – tai visuomenės kultūros ir socialinės patirties (žinių, elgesio taisyklių, papročių) perteikimas, visuomenės mąstymo, vertybių, elgsenos perėmimas.

*Medijos kaip tarpkultūrinio ugdymo dalyvės* dalyvauja paauglių socializacijos procese ir ugdyme (Tiggemann, 2003; Groesz, Levine, Murnen, 2002; Kim, Lennon, 2007; Kvieskienė, 2005; Uznieņė, 2009). Edukaciniu požiūriu, medijos dalyvauja ugdymo procese lygiagrečiai šalia kitų tradicinių socialinių institucijų – mokyklos, šeimos, Bažnyčios. Masinės medijos reikšmingumo suvokimą pabrėžia *socialinio išmokymo teorijos kontekstas*. Masinės medijos yra viena iš socialinių institucijų – suteikia individui didesnę žinių pasirinkimo laisvę, įtakoja visuomenės kultūrinių procesų visumą, pateikia mūsų ir kitų kultūrų veiklos, elgesio pavyzdžius, žadina pačios asmenybės bei socialinius pokyčius, kurie įtakoja bręstančio asmens raidą, keičia individo santykį su jį supančiu pasauliu. Daugelis autorių akcentuoja, kad žiniasklaida kuria naujus identitetus bei formuoja *stereotipus* (Schaller, Latane, 1996; Tiggemann, 2003; Wegenstein, 2006; Jankauskaitė, 2005 ir kt.), nuostatas, atspindinčias supaprastintą (schemizuotą) realybės reiškinių supratimą. Paaugliai labiausiai paveikiami žiniasklaidoje propaguojamų vertybių, jie kuriamas reikšmes priima nekvestionuodami.

*Socialinių pažinčių tinklapių komunikacinis kontekstas* ypač aktualus paauglystės laikotarpiu (Hutchby, Moran – Ellis, 2001; Severin, Tankard, 2005; Kenna, Bargh, 2005; Fraser, Dutta, 2010; Šaparnytė, 2007 ir kt.). Informacinės visuomenės sklaidos sąlygomis, *kompiuteris* paaugliui tapo ne tik mokymosi įrankiu, bet ir bendravimo priemone, laisvalaikio praleidimo dalimi. Paaugliai komunikuoja siekdami dalytis žiniomis, nuomonėmis, palaikyti tarpusavio ryšius, grindžiamus asmeninėmis

simpatijomis, pomėgių ir interesų bendrumu. Kartu su naujais vaikų įgūdžiais, naujais poreikiais atsiranda ir naujos rizikos, nepatirtos grėsmės. Interneto vartojimo grėsmių suvokimą ir patirtis, *viktimizacijos* prielaidas, sąmoningumo ugdymą reflektuojant internetinę pornografiją Lietuvoje tyrė J. Ruškus, I. Sujeta (2011).

*Vizualiniame žiniasklaidos diskurse moters vaizdinys yra objektyvizuojamas* (Cusumano, Thompson, 2000; Groesz, Levine, Murnen, 2002; Harrison, Taylor, Marske, 2006; Frederick, Forbes, Grigorian, Jarcho, 2007; Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse, 2007; Janulienė, 2008; Pruskus, 2008; Buzaitytė – Kašalynienė, Rinkevičienė, 2009; Černevičiūtė, 2010 ir kt.). Mokslininkų manymu kūno įvaizdžiai tampa ne tik gero gyvenimo, kultūrinio kapitalo indikatorius ženklu, bet ir hedonistinių praktikų lauku. Pažymima, kad vartojimo kultūroje nusistovi kūno, kaip kintamos egzistavimo formos, samprata, kuri gali būti formuojama pagal individualius poreikius, taip pat įpareigoja moterį rūpintis savo kūnu kaip reprezentacijos objektu.

*Transformuojančio ir išlaisvinančio mokymosi teorijoje* (angl. *transformative learning theory*) orientuojamasi ne į informacijos perdavimą, o į prielaidų, reikalingų asmens sąmonėjimui, kūrimą (Freire, 1970, 2000; Dirkx, 1998; Mezirow, 1997; Mezirow and Associates, 2000). *Sąmoningumas*, arba *conscientizacao*, reiškia mokymąsi suvokti socialinius, politinius ir ekonominius prieštaravimus (Johnson – Hunter, Risku, 2003). Sąmoningumas yra kritinės sąmonės plėtotė.

### **Tyrimas grindžiamas:**

- *Socialinio konstruktyvizmo teorija* (angl. *social constructionism*), kurios pagrindas yra socialinės teorijos ir žinios apie socialinius reiškinius. Socialiniu konstruktyvizmu siekiama atskleisti, kaip asmenys ir grupės gali dalyvauti socialinės tikrovės kūrime. P. L. Berger ir T. Luckmann (1999) manymu, socialiai sukonstruota realybė yra suvokiama kaip nuolatinis, dinamiškas procesas. Socialinio konstruktyvizmo kontekste, 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose ir viktimizacijos prevencija yra itin aktuali problema.
- *Kokybinių tyrimų paradigma*, kuri atstovauja interpretacinei realybės sampratai, leidžia tirti 14 – 15 metų paauglių mergaičių konstruojamą socialinę realybę tokią, kokią mato jos pačios, ir kaip šiuolaikinės visuomenės socialinį – kultūrinį reiškinį interpretuoti vaiko kasdienio gyvenimo kontekste ir jo prasmėmis, kurias jam suteikia patys vaikai (Kvale, 1996; Maxwell, 1996; Tidikis, 2003; Bitinas, 2006; Kardelis, 2007). Kokybinio tyrimo metodologija įgalina tiriamąjį reiškinį ne matuoti, bet suprasti, o tyrėją – tęstinai plėtoti žinias apie situaciją, nes jis siekia apibūdinti 14 – 15 metų paauglių mergaičių konstruojamą socialinę realybę (Bitinas,



2002; Tidikis; 2003; Žydžiūnaitė, 2005). Tyrimu siekiama ne reprezentuoti visą populiaciją, kas būdinga kiekybinei metodologijai, o visapusiškai suprasti tiriamąjį fenomeną.

- *Masinės komunikacijos teorija* remiamasi numatant vizualinės kultūros, kaip komunikacijos formos, suvokimo ir tyrimo strategija (Fiske, 1990; McLuhan, 2003).
- *Fenomenologija*, kuri leidžia identifikuoti tyrimo dalyvių, 14 – 15 metų paauglių mergaičių, sukonstruotas patirčių prasmes, atskleisti jų subjektyvų patyrimą, nuomones nagrinėjamų problemų požiūriu (Husserl, 2005; Tidikis, 2003; Merleau – Ponty, 1996).

**Hipotezė.** Tikėtina, kad dėl kritinio sąmoningumo stokos 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose, apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.

**Tyrimo objektas.** 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose.

**Tyrimo tikslas.** Atskleisti 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose ir ugdyti paauglių kritinį sąmoningumą.

**Tyrimo klausimai.** Magistro darbe nagrinėjama 14 – 15 paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose problematika yra aktuali edukologinė tema, kurią patikslina šie klausimai:

1. Kokios yra teorinės tyrimo koncepcijas ir paradigmos?
2. Kaip 14 – 15 metų paauglės mergaitės save, savo kūną pateikia socialiniuose pažinčių puslapiuose?
3. Kokiais veiksmingais metodais, stiprinti reflekyviosios grupės sugebėjimus kritiškai suvokti socialinių pažinčių tinklapių viktimizacijos grėsmes?
4. Kaip ugdyti 14 – 15 metų paauglių mergaičių kritinį sąmoningumą, kad išvengtų galimų grėsmių ir nesėkmių?

**Tyrimo uždaviniai:**

1. Išanalizuoti Lietuvos, užsienio mokslininkų teorinę literatūrą, atliktus mokslinius tyrimus.
2. Atskleisti 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose: facebook.com, one.lt, draugas.lt, ieskok.lt.

3. Įvertinti galimus viktimizacijos procesus socialiniuose pažinčių tinklapiuose.
4. Ugdyti 14 – 15 metų paauglių mergaičių kritinį sąmoningumą ir savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose.

### **Tyrimo metodai:**

- *Teoriniai:* mokslinės literatūros analizė, lyginimo, apibendrinimo metaanalizės metodai leido atskleisti medijos įtaką paauglių tapatumo konstravimo laikotarpiu, socialinių pažinčių tinklapių reikšmingumą, vizualiniame žiniasklaidos diskurse formuojamus moters vaizdinius. Nagrinėti naujausi moksliniai tyrimai ir jų diskursai, analizuojantys viktimizacijos grėsmes vartojant internetą, transformuojančio ir išlaisvinančio mokymo teorijos, siekiant ugdyti 14 – 15 metų paauglių mergaičių kritinį sąmoningumą.
- *Empiriniai:* 1) *Grupinė diskusija* (angl. *focus group*) ir *pusiau struktūruotas tiriamasis interviu*, su laisvai formuojamais atsakymais, kur neribojamas nei turinys, nei forma. Grupinė diskusija atlikta pirmame tyrimo etape. Tyrimu buvo siekiama išsiaiškinti 14 – 15 metų paauglių mergaičių patirtis aptariant analizuojamą tyrimo objektą. Remiantis focus grupės dalyvių refleksija, teorinėmis įžvalgomis ir statistiniais duomenimis (išskiriant populiariausius socialinius pažinčių tinklapius) antram tyrimo etapui buvo sudaryti sąrašai: populiariausių paauglių tarpe socialinių pažinčių tinklapių sąrašai (akcentuojamas dėmesys į individualias profilio reprezentacijas, nepilnamečių viešinamas seksualias, provokuojančias nuotraukas).  
2) *Vaizdo (nuotraukų) dokumentų analizė*. M. Denscombe (2003), B. Bitinas, L. Rupšienė, V. Žydžiūnaitė (2008) vaizdo dokumentus laiko nuotraukas, reklamas, rūbus, apyvokos daiktus, žmonių sukurtas fizines aplinkas, kūno kalbą, kūno ženklus. Vaizdo dokumentų tyrinėjimo metodu, analizuojamos 14 – 15 metų paauglių mergaičių individualios reprezentacijos socialiniuose pažinčių tinklapiuose: facebook.com, one.lt, draugas.lt, ieskok.lt.  
3) *Tiesioginis stebėjimas dalyvaujant* (Kardelis, 2002; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008) socialiniuose pažinčių tinklapiuose one.lt ir draugas.lt. Mokslinis stebėjimas yra tikslingai organizuotas procesas, kuris kontroliuojamas tyrime iškeltą hipotezę. Stebėjimo metodas tiesiogiai dalyvaujant, buvo nukreiptas į konkretų tikslą, siekiant išsiaiškinti ar socialiniuose pažinčių tinklapiuose 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.
- 4) *Ekspertų metodika* traktuojama kaip pusiau struktūruota, nes iš anksto numatomi bendri principai ir uždaviniai (Meuser, Nagel, 1997; Flick, 2002). Derinant bendruosius uždavinius ir individualius atvejus, buvo siekiama interesų išsakymo bei prašoma pasidalyti savo supratimu

apie socialiniuose pažinčių tinklapiuose paauglių kūniškumo raišką, viktimizacijos prevenciją, kritinio sąmoningumo ugdymo(si) galimybes, taip pat auklėjimo lūkesčius bei patirtis. Ekspertais pasirinkti asmenys, kurių profesija ir veikla yra susijusi su analizuojamu tyrimo objektu.

**Empirinio tyrimo struktūra ir imtis.** Tyrimą sudaro keturi etapai:

1. *Diskusinę focus grupę* sudarė 6 – 8, 14 – 15 metų Šiaulių Juventos progimnazijos moksleivės. Tyrimas vyko 2011 m. lapkričio – 2012 m. vasario mėnesiais. Suorganizuoti 6 fokus grupės susitikimai. Vieno susitikimo trukmė – apie 2 valandas. Interviu metodui parengta pusiau struktūruotų klausimų matrica, kuria siekiama kuo plačiau atskleisti socialinių pažinčių tinklapių vartojimo reikšmes, paauglių požiūrį į kūniškumą, grožio standartus, asmenines patirtis, galimas grėsmes vartojant internetą, vertinimus.
2. *Vaizdo (nuotraukų) dokumentų analizę* sudarė, 14 – 15 metų paauglių mergaičių profilių nuotraukos surinktos iš socialinių pažinčių tinklapių: facebook.com, one.lt, draugas.lt, ieskok.lt. Tyrimas vyko 2012 m. vasario mėnesį, analizuotos 38 nuotraukos. Nuotraukas atrinko tyrėja ir diskusinės focus grupės dalyvės. Nuotraukos atrinktos pagal lytį, amžiaus grupę (14 ir 15 metų), seksualumo kriterijus (veido išraiška, kūno gestikuliacija, apranga ir pan.).
3. *Tiesioginis stebėjimas dalyvaujant* socialiniuose pažinčių tinklapiuose one.lt ir draugas.lt. 2012 m. kovo – balandžio mėnesiais tyrėja buvo prisiregistravusi socialiniuose pažinčių tinklapiuose 15 metų paaugle. Buvo siekiama ištirti koks savęs, savo kūno pateikimas yra populiarus, sulaukia didesnio puslapio lankytojų dėmesio, kokio pobūdžio laiškai yra gaunami, kokiomis temomis dažniausia diskutuojama. Atlikti du tyrimo etapai: minėtuose tinklapiuose patalpinant provokuojančios, seksualios ir neprovokuojančias, neseksualias nuotraukas.
4. *Ekspertų apklausa*, siekiant įvertinti 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose raišką, perspektyvas, įvertinti riziką, pasidalyti supratimu ir rekomendacijomis apie viktimizacijos prevencines bei kritinio sąmoningumo ugdymo galimybes. Pusiau struktūruoto tiriamojo interviu būdu apklausti 7 ekspertai. Tyrimas vyko 2012 m. balandžio – gegužės mėnesiais.

**Darbo struktūra ir imtis.** Magistro darbą sudaro santraukos lietuvių ir anglų kalbomis, įvadas, sąvokų paaiškinimai ir penkios dalys. *Pirmoji, antroji ir trečioji dalys* apima teorines tyrimo koncepcijas ir paradigmas. *Ketvirtojoje dalyje* – pagrindžiama tyrimo metodologija ir metodai, charakterizuojami kokybinio tyrimo etapai: bendroji kokybinio tyrimo logika, tyrimo etikos principai,

imtis, metodai, instrumentai. *Penktojoje dalyje* – pateikiami kokybinio tyrimo rezultatai, jų analizės ir interpretacijos. Pateikiamos išvados, rekomendacijos, literatūros sąrašas, priedai. Magistro darbe panaudoti 169 literatūros šaltiniai. Darbo apimtis 107 puslapiai. Prieduose pateikiami naudoti apklausų instrumentai, analizuota vaizdinė medžiaga.

**Pranešimai mokslinėse konferencijose:**

1. Tarptautinė teisės ir verslo aukštoji mokykla, respublikinė konferencija: „Edukatoriaus kompetencijos globalių iššūkių kontekste. Pokyčių analizė ir vertinimai mokslinių bei praktinių išvalgų aspektu“.  
Linkevičienė, R. Pranešimas „Savirefleksijos globalioje skaitmeninėje erdvėje ir edukatoriaus vaidmuo“, 2012 03 23.
2. Šiaulių universiteto Humanitarinio fakulteto XVI bakalaurantų ir magistrantų mokslo darbų konferencija: „Studentų darbai 2012“.  
Linkevičienė, R. Pranešimas „14 –15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose, kritinis reflektavimas“, 2012 04 12.

## SAVOKŲ PAAIŠKINIMAI

*Paauglystė* – ypatingas amžiaus tarpsnis, kuriame vyksta sparti fizinė, emocinė, kognityvinė bei socialinė raida. Ši amžiaus tarpsnį mokslininkai (Blos, 1967; Erikson, 1968; Kohlberg, 1987; Kidwell, Dunham, 1995; Myers, 2000; Jovaiša, 2001; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) įvardija kaip individo sumaišties, savęs ieškojimo, savojo identiteto formavimosi etapą.

*Tapatumo konstravimo laikotarpis* – vienas iš svarbiausių socializacijos veiksnių yra bendraamžių grupės, o asmenybė vystosi per realius santykius. Paaugliai modeliuoja savęs vertinimą, save lygindami su kitais individais, siekia psichinio, fizinio ir socialinio brendimo (Erikson, 1968, 2004; Marcia, 1980, 1994; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.).

*Socializacija* – tai procesas, kurio metu vaikai suvokia socialines normas bei vertybes (Vaitkevičius, 1995; Juodaitytė, 2002; Vaičiulienė, 2004; Kvieskienė, 2005; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.). Asmens savimonė t. y. žmogaus savęs išskyrimas iš objektyvaus pasaulio, savo santykio su pasauliu, savęs kaip asmenybės, savo poelgių, veiksmy, minčių ir jausmy, normų ir interesų įsisąmoninimas.

*Medijos* – informacija, gidas, kuris nurodo ir paaiškina, kas ir kaip vyksta, kuris pateikia visuomenei idėjas, informaciją ir lygiaverčiai gauna iš auditirijos naujų idėjų bei informacijos (Tiggemann, 2003; Groesz, Levine, Murnen, 2002; Kim, Lennon, 2007; Kvieskienė, 2005; Uznienė, 2009; Meškys, 2010).

*Internetas* – viena naujausių ir pažangiausių medijų, kuri apima visas žiniasklaidos priemones (radiją, televiziją, spausdintinę žiniasklaidą). Ši medija naudoja ir verbalinę, ir neverbalinę ženklų sistemas (Tiggemann, 2003; Groesz, Levine, Murnen, 2002; Uznienė, 2009).

*Informalusis ugdymas* – sudėtinė neformalaus ugdymo dalis, skirta ne nuolatiniam, tačiau tikslingam asmenybės ugdymui iš įvairių informacijos šaltinių (Uzneinė, 2009). Informalusis ugdymas yra apibrėžiamas, kaip kiekvieno žmogaus natūralus, individualus ugdymasis, kasdienių patyrimų metu. Jis vyksta savaime ir nėra struktūruotas.

*Viktimizacija* vartojant internetą (angl. *online victimization*) nurodo tapsmą interneto auka, kai interneto vartotojas patiria interneto grėsmes ir žalingas pasekmes. Viktimizacija gali įvykti internetu patiriant seksualinį priekabiavimą, seksualinio pobūdžio medžiagos atidengimą (Wolak, Mitchell, Finkelhor, 2006). Willard (2007), tarp kitų internetinės viktimizacijos rizikų išskiria *seksualinio pobūdžio rizikas*: atsitiktinai ar sąmoningai internete prieinamą pornografiją, įtraukimą į rengimąsi seksualinei veiklai, seksualinių kontaktų paiešką, seksualinės eksploatacijos demonstravimą.

*Socialinis identitetas* tai – žmonių kaip socialinių būtybių, charakteristika ar savybės, t. y. kiekvieno asmens supratimas, kas yra jis ir kas yra kiti (Stonkienė, 2003; Kraniauskienė, 2004). *Individualus identitetas* socialinėje teorijoje suprantamas, kaip individo įgytas autentiškas ir unikalus savęs suvokimas (Stonkienė, 2003; Kraniauskienė, 2004).

*Fotografija* komunikacijos sąveikos kontekste traktuojama kaip *vaizdinis ženklas* (Sonesson, 1989; Barthes, 2000; Sontag, 2000; Kinčinitis, 2001; Landowski, 2007). Fotografija dokumentuoja tikrovę, o fotografijos dokumentiškumas tampa prasmingas tuomet kada yra subjektyviai interpretuojamas. R. Barthes (2000) teigia, kad fotografija suteikia fotografuojamam asmeniui „kaukę“, jo kūną paversdama ženklu, kurio reikšmę lemia žiūrovo sociokultūrinis kontekstas.

*Moters objektyvizacija* – kai palaiptai išnyksta kūno visuotinybė, moteris susideda iš atskirų kūno dalių, kurios gali erotizuoti, provokuoti ir seksualiai nuteikti vyriškos lyties atstovus (Caputi, 2003; Jankauskaitė, 2005; Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse, 2007; Janulienė, 2008; Pruskus, 2008). Ch. Metz (1991) teigia, kad vizualiniame žiniasklaidos diskurse dažniausiai matomas moters vaizdas yra tarp kekšės/šliundros“ ir „ištvirkėlės“.

*Stereotipą* sudaro sudėtingos nuostatos, atspindinčios supaprastintą, schemizuotą realybės reiškinių supratimą (Schaller, Latane, 1996). Stereotipai apibūdina tam tikras žmonių grupes, jų elgsenos formas, dorovinius vertinimus, pažiūras (Jankauskaitė, 2005). Esminiai stereotipų bruožai: 1) stereotipai kinta veikiami politinių ir socialinių veiksnių; 2) Suteiktos charakteristikos ilgai nekinta; 3) objektų grupei greitai ir lengvai priskiriami nediferencijuoti požymiai; 4) socialiniai stereotipai susiformuoja labai anksti, vaikai perima iš savo šeimos nariu, juos gali naudoti ir nesuprasdami jų reikšmės.

*Transformuojančio mokymosi teorijoje* (angl. *transformative learning theory*) orientuojamasi ne į informacijos perdavimą, o į prielaidų, reikalingų asmens sąmonėjimui, kūrimą (Mezirow, 1997; Dirkx, 1998; Freire, 2000). *Sąmoningumas*, arba *conscientizacao*, reiškia mokymąsi suvokti socialinius, politinius ir ekonominius prieštaravimus. Sąmoningumas yra kritinės sąmonės plėtotė (Johnson–Hunter, Risku, 2003).

# 1. PAAUGLYSTĖS RAIDOS ASPEKTAI

## 1. 1. Paauglystės amžiaus tarpsniai

Paauglystė tai gyvenimo tarpsnis tarp vaikystės ir suaugusiojo amžiaus. Ji trunka nuo fizinio brendimo pradžios iki individas pasiekia savarankiško, suaugusio žmogaus socialinę padėtį. Paauglystės amžius gana sąlygiškas. Paauglystės pradžia yra sparčių fizinių kūno kitimų pradžia. Ji gali būti skirstoma į ankstyvąją ir vėlyvąją. Periodizacijos sudėtingumas susijęs su nesinchroniška socialine ir psichine raida.

Mokslininkai (Blos, 1967; Erikson, 1968; Kohlberg, 1987; Kidwell, Dunham, 1995; Myers, 2000; Jovaiša, 2001; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) paauglystės laikotarpiui brėžia skirtingas chronologines amžiaus tarpsnio ribas. Paauglystės laikotarpiu individo raidai būdingi labai dideli individualūs bei kultūriniai skirtumai. Fizinio, emocinio, intelektualinio subrendimo tempus ir laiką nulemia individualūs vystymosi ypatumai bei socialinės aplinkos sąlygos.

Lietuvos mokslininkės (Vaičiulienė, 2004; Žukauskienė, 2007 ir kt.) išskiria paauglystės stadijas: 1) Ankstyvąją, 12 – 14 metų. 2) Viduriniąją, 15 – 18 metų. 3) Vėlyvąją nuo 19 – 21 metų.

Kiti mokslininkai paauglystės ribas dar labiau praplečia arba susiaurina. Daugelis tyrėjų teigia, kad paauglystės tarpsnio apibrėžimas yra gana sąlyginis ir tiksliai šio laikmečio apibrėžti neįmanoma, o paauglystės trukmei įtakos turi – socialiniai, ekonominiai, kultūriniai veiksniai, lemia lytis, asmeninės savybės, gyvenimo sąlygos ir kt.

**L. Kohlberg** (1987) paauglystės ankstyvosios jaunystės laikotarpį apibūdino, kaip labai sudėtingą ir dažnai prieštaringą daugiafazį, tęstinį procesą, kurį sąlyginai galima suskirstyti į: 1) 10 – 14 metų – ankstyvąją paauglystę, atitinkančią lytinės brandos pradžią, tačiau socialinio statuso požiūriu dar nesiskiriančią nuo vaikystės. 2) 15 – 16 metų viduriniąją paauglystę, susijusią su ryškiais somatiniais, psichiniais pokyčiais. 3) 17 – 19 metų vėlyvąją paauglystę ir jaunystės pradžią, susijusią ne tik su psichosomatiniais, bet ir socialiniais poslinkiais jaunuolio gyvenime, darbinės veiklos pradžia.

**J. Piaget** (1969) teigia, kad 11 – 15 metų paauglių mąstymas pasiekia formalių operacijų lygį – atsieja nuo faktų, konkrečių patirčių ir pradeda mąstyti abstrakčiai bei logiškai. J. Piaget (1969) teigia, kad paauglystėje įsisavinamas naujas hipotetinis dedukcinis mąstymas, sugebėjimas vadovautis bendresnėmis teorijomis ir jomis remiantis kurti dalines hipotezes, pritaikomas konkrečiu atveju. Pažintinė raida lemia didėjančią paauglio gebėjimą stebėti save. Paauglys analizuoja savo jausmus, mintis, poelgius, o tam būtina patį save suvokti kaip subjektą, ir kaip objektą. J. Piaget (1969) manymu

12 metų vaikas pasiekia formalių operacijų intelekto stadiją, būdingą suaugusiems. Jis sugeba prognozuoti, logiškai, abstrakčiai mąstyti ir kelti hipotezes. Bendras intelekto lygis lemia paauglio formaliųjų operacijų pasiekimo lygį. Paaugliai kognityviškai subręsta per formalaus operatinio mąstymo periodą, t. y. 11 – 16 metais (Piaget, 1969). Tai yra paskutinė kognityvinės raidos stadija, kai vaiko ankstesnės kognityvinės struktūros pasikeičia kokybiškai. Pasak J. Piaget (1969), paaugliui būdingas hipotetinis dedukcinis ir propozicinis (teorinis) mąstymas, jau gebama įvairiapusiškai apmąstyti problemas, stebimi ryškesni kombinaciniai gebėjimai. Būdingas sugebėjimas abstrakčiai mąstyti, neatsižvelgiant į konkrečius faktus. J. Piaget (1969) teigia, kad pagrindinis paauglio skiriamasis mąstymo bruožas yra tai, jog jis daug dėmesio skiria galimybei, o ne realybei.

**L. S. Vygotski** (1982; 1991), tyrinėjęs paauglystės amžiaus tarpsnius, manė, kad kiekvienam amžiaus tarpsniui būdingas naujas centrinis psichologinis darinys, kuris tampa visos asmenybės pertvarkos pamatu. Paauglystės laikotarpio antriniu momentu ir galutiniu rezultatu L. S. Vygotski (1991) laiko savimonę. Savimonė – savo paties proceso supratimo pagrindu atsirandantys nauji psichinių ir psichologinių funkcijų tarpusavio ryšiai, būdingi tik šiam amžiaus tarpsniui.

Apie 12 – 15 metus paauglio savasties vaizdas perkeliamas į individo vidų. Paauglys vis stipriau ima suvokti save kaip vientisą visumą. Kai kurie bruožai paauglio savimonėje tampa charakterio bruožais. Paauglys labiau suvokia savo asmenybės savitumą ir išskirtinumą, bei atskirumą nuo aplinkinio pasaulio.

**D. W. Winnicott** (1964) analizuodamas paauglystės ir jaunystės raidą akcentuoja socialinių aplinkybių svarbą. D. W. Winnicott (1964) nuomone, vienintelis „vaistas“ nuo paauglystės, – tai laikas ir laisvniško brendimo procesas. Mokslininko teigimu, paauglystės periodas paprasčiausiai turi būti išgyventas. Jis paauglystę vertino, kaip asmenybės atradimų metų. Paauglys kartoja kūdikystės stadiją. Jo santykiams su tėvais, būdingas provokuojančios nepriklausomybės ir regresyvos priklausomybės ir net abiejų šių kraštutinumų koegzistavimas vienu metu (Winnicott, 1964). D. W. Winnicott (1964) manymu paauglys jaučiasi izoliuotas taip, kaip jaučiasi izoliuotas kūdikis, kol netampa atskiru individu ir kol neskiria savęs nuo to, kas yra „ne aš“. Į jaunus žmones galima žiūrėti kaip į ieškančius identifikacijos normos, kuri leistų jiems sėkmingai kovoti dėl realybės pajautimo siekiant asmeninio tapatumo, neprisitaikant paskirtame vaidmenyje, pereiti per sumaištį ir išverti (Winnicott, 1964). Anot mokslininko paaugliai turi poreikį nepaklusti socialiniai visuomenei taip, kad sukeltų jos priešišumą.

**C. G. Jung** (1990) teigė, kad asmenybė – tai sudėtinga ir darni vienodai išvystytų priešybių visuma. C. G. Jung individuacijos sąvoka artima E. Erikson (1968; 2004) tapatumo sąvokai. Individuacija suprantama kaip procesas, kurio metu tampama pačiu savimi ir individas, prisiliedamas



prie savo gelmių, realizuoja įgimtą potencialą (Jung, 1990). Mokslininkas teigė, kad individas visada yra daugiau nei sąmoningas Ego. Individuacija vyksta tuomet, kai žmogus sužinome apie savo pašmonės aspektus ir juos integruoja į sąmonę. Individuacija reiškia psichologinės raidos procesą, kuriame pasireiškia individualūs polinkiai, kitaip tariant, kuriame žmogus tampa pačiu savimi.

**P. Blos** (1967) nuomone nei fizinė branda nei lytinis funkcionavimas, taip pat kognityvinis lygis ir ekonominis savęs išlaikymas nerodo paauglystės proceso pabaigos. P. Blosas pateikia keturis psichologiškai apibrėžtus kriterijus, padedančius nustatyti paauglystės pabaigą: antrasis individualizacijos procesas, Ego tęstinumas, liekamoji trauma ir lyties tapatumas. Šie keturi uždaviniai (arba kriterijai) atveda paauglį į suaugusio individo etapą.

Paauglystė laikotarpiu išryškėja laisvės siekimas. Paauglys nebenori suaugusiųjų priežiūros ir kontrolės, tačiau pats dažniausiai nesugeba įvertinti savo elgesio ir tinkamai realizuoti savo laisvės, kuria J. V Černius (2006) apibrėžia kaip veikimą (gyvenimą), laikantis moralės ribų (neprasilenkiant su atsakomybe ir pareiga). Išsilaisvinęs iš tėvų įtakos, paauglys perima bendraamžių, draugų vertybes. Pereidamas nuo sąjungos su šeima prie stipresnių ryšių su bendraamžiais, kaip teigia R. Žukauskienė (2007), paauglys įgyja daugiau nepriklausomybės.

Didelę įtaką paauglio formavimuisi turi ir kultūrinė laisvalaikio veikla. Ji socialinėje aplinkoje realizuojama įvairiomis formomis, įtraukiant šeimos narius ir draugus. Kultūrinis laisvalaikis, I. Leliūgienės (2003) teigimu, praplečia akiratį, draugų ratą, sustiprina santykius su šeima (pasitikėjimą ja), padeda įgyvendinti kūrybinius sumanymus.

## **1. 2. Asmenybės tapatumo samprata**

Individo savimonės procese dalyvaujanti elementų visuma (išryškėjanti atsakyme į klausimą „Kas aš esu?“) yra paslanki ir formuojasi nuolat kintančioje sąveikoje tarp žmogaus ir jo socialinės aplinkos, kurioje asmuo ir kontekstas tuo pat metu vienas kitą apibrėžia (Legkauskas, 2008). Individo atsakymas į klausimą „Kas aš esu?“ priklauso nuo socialinės aplinkos. Asmens tapatumo požymių grupei gali būti priskiriami patys įvairiausi išoriniai požymiai: drabužiai, kalba, kūno sudėjimas, įvairūs elgesio aspektai, lytis ir kt. (Legkauskas, 2008). V. Legkausko (2008) manymu, tokios individo savybės, kaip amžius, lytis, tautybė, socioekonominė padėtis, išlieka svarbios jo apibrėžimui daugumoje situacijų. Įvairūs išoriniai aspektai naudojami priskiriant individą vienoms ar kitoms socialinėms kategorijoms, tapatinant jį su viena ar kita žmonių grupe.

**E. H. Erikson** (1968; 2004) *tapatumo sąvoką* vartojo asmenybės brendimo procesui atskleisti. Jis buvo pirmasis mokslininkas psichologijoje išsamiai aprašęs tapatumo sąvokos esmę. E. H. Erikson

teigia, kad tapatumas susijęs su individo vidiniu poreikiu išlikti pačiu savimi. Tapatumas yra pagrįstas savo egzistavimo laike bei erdvėje tęstinumo jausmu ir įsisąmoninimu to, kad ši tęstinį tapatumą pripažįsta kiti reikšmingi asmenys (cit. iš Vaičiulienė, 2004). Tapatumo raidos procesas prasideda nuo pirmo susitikimo su savo motina ir baigiasi nykstant žmogaus sugebėjimui atpažinti kitą žmogų. Paauglystėje ši procesą paprastai lydi krizė, kurią daugiausiai lemia praeities įvykiai ir kuri turi įtakos daugeliui įvykių ateityje. Kai kurie paaugliai turi iš naujo išgyventi praeities krizes ir integruoti savyje ankstesnių vaikystės stadijų tapatumo elementus. Šis tarpsnis – konfliktas tarp poreikio įgauti saviintegracijos jausmą ir poreikio sutikti visuomenės reikalavimus. E. H. Erikson (1968; 2004), teigia kad paauglystės laikotarpiu individas siekia sužinoti „Kas aš esu“, „Kur aš einu“, „Kaip mane vertina aplinkiniai“, – tapatumas yra tai, per ką individas atpažįsta save. E. H. Erikson (2004) individo gyvenimą dalija į 8 fazes: 1) *Pamatinis pasitikėjimas – pamatinis nepasitikėjimas*. Paveldimas poreikis pasitikėti savimi ir aplinkiniais, paauglys ieško žmonių kuriais galėtų tikėti, atskleisti savo paslaptis. Tuo pat metu jis bijo būti apgautas ir todėl savo tikėjimo poreikį išreiškia, pavyzdžiui ciniškumu, nepasitikėjimu. 2) *Autonomija – gėda ir abejonė*. Paauglys bijo būti įtrauktas į kokią nors veiklą, kur jaustųsi silpnas, abejotų savo jėgomis ar taptų pajuokos objektu. Tai gali sąlygoti paradoksalių elgesį, kai netekęs pasirinkimo laisvės paauglys suaugusiųjų akivaizdoje elgsis įžūliai, nesutiks daryti tai, kas atrodo gėdinga jo paties ar bendraamžių požiūriu. 3) *Iniciatyva – kaltė*. Iniciatyvumo siekimo stadija pasižymi beribe vaizduote mąstant apie tai, kuo galima būtų tapti ateityje. Iš šios stadijos paauglys gauna pasirengimą tikėti visais tais bendraamžiais ir suaugusiais, kurie sugeba vaizdingai apibrėžti jo siekimus, sukelti iliuziją. Paauglys protestuoja, prieš bet kokius jo įsivaizdavimų apie save, apribojimus. 4) *Darbštumas – menkavertiškumas*. Jaunesnio amžiaus paauglio noras kažką daryti gerai, pavyzdžiui, tampa jo pagrindiniu laimėjimu. Užsiėmimo pasirinkimas paaugliui įgauna didžiulę reikšmę. Kartais paaugliai būna linkę visai nedirbti. Paauglys gali išgyventi konfliktą tarp mokymosi ir veiksmo nutraukimo, sąstingio. 5) *Tapatybė – vaidmenų sumaištis*; 6) *Artimumas – izoliacija*. Paauglystės pabaiga yra paženklinta seksualinės orientacijos susiformavimu. Kartais jaunuoliai, būdami netikri dėl savo lyties tapatumo, vengia tarpusavio artumo arba atvirkščiai, nuolat ieško atsitiktinių lytinių kontaktų. 7) *Generatyvumas – sąstingis*. Būdamas lyderiu arba imdamasis pavaldinio funkcijų, paauglys formuoja pamatus savo santykiui su valdžia, ugdo atsakomybės jausmą, gebėjimą rūpintis kitais ir pan. Galimas ir priešingas požiūris – individas gali tapti pernelyg priklausomas arba atvirkščiai, despotiškas. 8) *Ego vientisumas – neviltis*, t. y. pasaulėžiūros formavimas, ateities planų kūrimas, jų derinimas su egzistuojančiomis socialinėmis normomis.

**J. E. Marcia** (1980, 1994) požiūriu, pusiausvyra yra surandama po ieškojimų ir galimybių peržvalgos renkantis keliose svarbiausiose žmogaus gyvenimo srityse – tarpasmeniniuose santykiuose,

pasaulėžiūroje ir darbe. J. E. Marcia (1980, 1994) išskiria *keturis tapatumo būvius*: 1) *Tapatumo sumaištis*. Individas neapmąsto vertybių, nepriima ryžtingų sprendimų (nėra pasirinkęs ir nesiruošia to daryti), nesiekia realizuoti savo tikslų, stokoja įsipareigojimo (pvz., jei ir turi vienokią ar kitokią preferenciją, visada pasiruošęs ją pakeisti, jei tik atsiras kas nors patrauklesnio). 2) *Prisiimtas tapatumas*. Šį būvį patiriantis individas yra apibūdinamas kaip pasirinkęs savarankiškai, neanalizavęs ir neieškojęs įvairių galimybių. Dažniausiai pasirenkamos ir internalizuojamos vaikystės autoritetų, dažniausiai tėvų, ugdytojų pasiūlytos vertybės. 3) *Moratoriumas*. Nuo tapatumo sumaišties ši būseną skiriasi tuo, kad individas aktyviai siekia pasirinkti. Nors šį būvį patiriančiam paaugliui tėvų norai vis dar yra svarbūs, jis bando pasiekti kompromisą tarp savo paties sugebėjimų, socialinės visuomenės reikalavimų bei tėvų norų. 4) *Sukurtas tapatumas*. Individo pasirinkimai gali sietis ir nesisieti su tėvų norais.

Paauglystės laikotarpiu *padidėja bendraamžių įtaka*. Daugelis mokslininkų teigia, kad paauglys kaip asmenybė vystosi tik per realius santykius, realiai ir praktiškai bendraudamas su bendraamžiais. Kaip paauglys patenkina bendravimo su bendraamžiais, bendraminčiais poreikį, priklausys, kokia formosis ir augs asmenybė, bei tos asmenybės pažiūros, kokie bus tikslai.

Svarbu žinoti, kad paauglystėje vyksta laikinas individo psichologinis nutolimas nuo šeimos ir mokyklos, t. y. paaugliui jie tampa mažiau aktualūs. Paauglys dažniausiai pasirenka formalias ir neformalias grupes, kurioms jis siekia priklausyti. Pirmenybę teikia tai grupei ar bendruomenei, kurioje puikiai jausis, kur bus gerbiamas, pripažįstamas. Tokia grupė gali tapti sporto klubas, meno kolektyvas, bendraamžių grupės kurios bendrauja virtualioje aplinkoje ar destruktuvios grupės, kuriose vartojami svaigalai, narkotikai ir pan.

R. Žukauskienė (2007) *vaikų draugystę skirsto į tris etapus*: 1) *10 – 11 metų* draugystės pradžia, daug dėmesio yra skiriama žaidimams, draugas yra tas individas su kuriuo smagu žaisti. 2) *14 – 15 metų* vaikų draugystė kinta. Reikšminga vieta tenka emocijoms bei sąmonei. Svarbiausia draugystės prielaida yra abipusis pasitikėjimas (sugebėjimas išsaugoti paslaptis), nuoširdumas, atvirumas, jautrumas. 3) *18 metų* jaunuolio draugystę įtakoja bendra veikla ir tikslai, toleruojama individualybė. Svarbios emocijos, psichikos reiškiniai apimantys daug skirtingų psichologinių bei fiziologinių procesų. Skiriamos sudedamosios dalys: pažintinės (mintys, prisiminimai, asmeninės savijautos įvardijimas), fiziologinės (organizmo pokyčiai), išraiškos (veido išraiška, kūno kalba).

Visuomenė yra sociokultūrinė aplinka, kurioje nuolat vyksta sudėtingi, individo socialinio tapimo procesai. Žmonės, būdami pagrindiniai ir svarbiausi struktūros elementai, kuria įvairiausius socialinius ryšius, grupes, bendruomenes, atlieka įvairius veiksmus perimdami sukauptą patirtį, socialines vertybes, normas, standartus ir pan. Individui perėmus minėtas savybes, ima formuotis

individualūs asmenybės bruožai. Susiformuotos socialinės vertybės, požiūriai, normos, interesai dažnai lemia individo gyvenimą (pvz., pasirenkant specialybę, studijas, profesiją ir pan.). Individo vaidmenys, kaip ir socialinės vertybės, įsitikinimai, interesai, keičiasi ir kinta. Todėl socializacija galima vadinti žmogaus dialektinės sąveikos su socialine aplinka procesu, kurio metu yra realizuojamos individo galios ir galimybės.

### 1. 3. Socializacijos samprata, procesai, institucijos

Socializacija yra būtina kiekvienos visuomenės funkcionavimo sąlyga. Ji formuoja individą, kaip visuomenės, kuriai jis priklauso, narį. Socializacijos terminas vartojamas siekiant apibrėžti individo išmokimą elgtis taip, kaip iš jo tikisi socialinė visuomenė. Kad individas galėtų išgyventi, gyventi ir dirbti kartu su kitais, jis turi perimti tam tikrą, atitinkama elgesį bei vertybes. Vertybės perimamos ir elgesio išmokstama bendraujant su kitais žmonėmis. Įpročių, nuostatų, vertybių išmokstama netiesiogiai, socializacijos procese. Pirmoji socializacija vyksta šeimoje: individas perima kalbos ir kalbėjimo pagrindus, vertybės, sveikatos ir higienos įpročiai, kuriami lytiškumo pamatai.

Tarptautinių žodžių žodyne (2005) socializacija (lot. *socialis* – visuomenė, visuomeninis) apibūdinama, kaip individo tapimas asmenybe, visuomeniniu žmogumi. Įvairios mokslo kryptys, nagrinėjančios žmogaus fenomeną, t. y. jo biologinio prado tapsmą asmenybe, įgaunant socialinį turinį yra neatsiejami nuo socializacijos proceso. Mokslininkai (Vaitkevičius, 1995; Juodaitytė, 2002; Vaičiulienė, 2004; Kvieskienė, 2005; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) socializacijos procesus apibrėžia panašiai: 1) socializacija – visuomenės kultūros perteikimas vaikams siekiant, kad jie sėkmingai įsiliėtų į visuomenės gyvenimą. 2) Individo „įvedimo“ į visuomenę procesas, tai yra perteikimas tam tikros socialinės patirties: žinių, vertybių, elgesio taisyklių ir normų, nuostatų (Vaičiulienė, 2004). 3) Socializacijos metu individas įsijungia į visuomenę, jos struktūrinius padalinius: socialines grupes ir bendrijas, institutus, organizacijas, perima jų sukauptą patirtį, socialines vertybes ir normas, formuoja socialiai reikšmingus asmenybės bruožus (Juodaitytė, 2002). 4) Socializacija sudėtingas, visą gyvenimą besitęsintis procesas, individui tampant socialine būtybe, kuri gali prisitaikyti prie įvairių situacijų skirtingais savo gyvenimo laikotarpiais (Žukauskienė, 2007).

Analizuojant socializacijos sampratą yra svarbu atsižvelgti į socialinę aplinką. *Socialinė aplinka* yra neišvengiama individo poreikių tenkinimo kontekstas (Kvieskienė, 2005; Legkauskas, 2009). Pati socialinė aplinka yra gana dinamiška ir besikeičianti, vieni žmonės iš jos pasitraukia, kiti atsiranda, keičiasi žmonių vertybės ir elgesys, bendravimas ir santykiai tarp žmonių. Net jei socialinės aplinkos objektai nesikeičia trečiosios šalies požiūriu (t. y. objektyviai), keičiasi jų reikšmė subjekto

poreikiams (Legkauskas, 2009). Tie socialiniai aplinkos objektai (žmonės ar grupės), kurie kažkada buvo labai svarbūs, nes nuo jų priklausė galimybė patenkinti nepatenkintus (pvz., pažinimo) subjekto poreikius, tuos poreikius patenkinus svarba prarandama. Patenkinus vienus pažinimo poreikius išskyla kiti, nepatenkinti poreikiai ir tokiu būdu subjekto santykis su socialinės aplinko objektais (žmonėmis, bendruomenėmis, grupėmis) dažnai kinta.

Asmenybės socializacijai įtakos turi bendruomenė. *Bendruomenė* plačiąja prasme – žmonių grupė kuri siekia bendro tikslo. Šis tikslas, ypatingai artimiausiose bendruomenėse, glaudžiai sąveikauja su šeimos gyvenimu, nes yra susiję su gerovės kūrimu, bendromis nuostatomis, savitarpio pagalba ir pan. Bendruomenė suprantama ir kaip bendrumo ir tapatybės jausmas, kuris atsiranda priklausant tam tikrai vietai, socialiniai grupei ar organizacijai. Paauglystės laikotarpiu didžiulę įtaką turi socialinės – psichologinės bendruomenės. *Socialinis – psichologinis bendruomenės* apibrėžimas – tai žmonių, turinčių bendrus interesus sąjunga (Kvieskienė, 2005).

Socializacija yra vienas svarbiausių visuomenės funkcionavimo, socialinės tvarkos palaikymo bei stabilizavimo veiksnių. Mokslininkai patvirtina, kad žmogaus kaip socialinio individo socializacijos raidos procesas, įvairiuose amžiaus tarpsniuose yra gana skirtingas, nes sociokultūrinė aplinka, individuali psichogenetinė prigimtis, skirtingi vystymosi ir ugdymo prioritetai socializacijos procesui, kelia ne vienodus uždavinius bei tikslus.

**Individo socializacijos procesas** yra sąlygotas tiek biologinės prigimties, tiek ir kultūros. Todėl sociologijoje nėra vieningos nuomonės, kuri socializacijos sąlyga – prigimtis ar kultūra – yra reikšmingesnės.

*Biologinis kontekstas.* Kiekvienas individas yra esame gamtos dalis, todėl paveldi tam tikrą genetinę programą, kurią sudaro elementarūs refleksai (griebimas, mirksėjimas), instinktai (savisaugos, dauginimosi, mitybos ir pan.), temperamentai, veikiantys mūsų socialinį elgesį. Tokių žmonių elgesio visuomenėje biologinį sąlygotumą (genetinį paveldimumą, gamtinės aplinkos poveikį) tiria sociologija, teigianti, kad daugybė individų elgesio tipų – nuo altruizmo iki agresyvumo – yra nulemti genetiškai (Kvieskienė, 2005).

*Kultūrinis socializacijos kontekstas* pasireiškia, kai individas socializuojasi kaip konkrečios visuomenės narys, perimantis jos kultūrą, t. y. vertybes, normas, idealus, įvairius veiklos būdus. Sudėtingų veiklos, bendravimo būdų, tarpusavio santykių, individas išmoksta tik gyvendamas socialinėje visuomenėje. A. Juodaitytės (2002) manymu, kultūra yra labai svarbi individo socializacijos sritis: patirtis ir veiklos būdai, perduodami iš kartos į kartą, sąlygoja žmogaus visuomenėje kultūrinių vertybių funkcionavimą, veikia žmonių bendravimą, jų elgesį ir veiklą. Kultūra padeda individui

suprasti elgesio, veiklos būdus ir pavyzdžius, orientuoja į bendrijos, grupės, kolektyvo, organizacijos, kuriai individas priklauso, žinias, normas ir vertybes.

Yra skiriami du *socializacijos tipai*: 1) *pirminė*, socializacija vaikystėje. 2) *Antrinė*, suaugusiųjų socializacija. Socializacijos rūšys yra išskiriamos remiantis tyrinėjamų asmenų amžiumi (prisiderinimas prie tam tikro visuomenės lygio priklausomai nuo amžiaus).

**Pirminė socializacija**, perėmimas įgūdžių ir žinių kurie yra būtini individo kasdieniniame gyvenime. A. Juodaitytė (2002) pirminę socializaciją apibrėžia kaip pagrindinių nuostatų perėmimo laikotarpį ir sieja su *ankstyvąja vaikyste*. Pirminis socializacijos procesas priklauso nuo vaiko tėvų, t. y. jų socialinės kilmės, vertybių, išsilavinimo ir pan. Galimi socializacijos modeliai: *socializacija dalyvaujant* (pvz., bendravimas kaip sąveika, skatinamas vaiko savarankiškumas, už gerą elgesį vaikas pagiriamas, praktikuojami simboliniai apdovanojimai, minimalios bausmės ir pan.) ir *socializacija slopinant* (įvairios fizinės ir psichologinės bausmės, direktyvus bendravimas komandomis, skatinamas besąlyginis vaiko paklusnumas, materialiniai apdovanojimai).

**Antrinė socializacija**. G. Kvieskienės (2005) manymu, antrinė socializacija vyksta tuomet, kai į asmenybės ugdymą įsitraukia įvairios grupės (bendraamžių, kiemo draugų, internetinių svetainių ir pan.), nes socializacijos procesas neatskiriamas nuo bendravimo ir bendros žmonių veiklos. A. Juodaitytės (2002) teigimu, kad antrinėje socializacijoje dabartis yra aiškinama per nenutrūkstamus ryšius su praeitimi, kurios transformacijos dabartyje yra būtinos, nes jų pagrindu įgyjama nauja socialinė patirtis ir įvyksta naujos socialinės tikrovės interpretacijos.

A. Juodaitytė (2002) išskiria tris amžiaus grupės būdingus socializacijos aspektus: 1) *gamtinis – kultūrinis*, kuris atitinka kiekvieno amžiau individo fizinį ir psichinį išsivystymą. 2) *Socialiniais – kultūriniais*, t. y. dorovinių moralinių, savybių, skirtingų kiekvienam amžiaus tarpniui atitinkamu istorijos laikotarpiu, perėmimas. 3) *Socialiniais – psichologiniais*, t. y. asmenybės savivokos etapas, jos nuostatos, savęs aktualizavimas ir įtvirtinimas, kuris, priklausomai nuo amžiaus tarpsnio, sprendžiamas skirtingai.

Apibendrinant būtų galima teigti, kad šių dienų socializacija nesiejama vien tik su bendraisiais individo socializacijos procesais, kuriuos lemia kultūros, civilizacijos pasiekimai, bendroji visuomenės raida, o svarbiausia atkreipti dėmesį į specifines, individualias individo raidos ypatybes, kurios atsiskleidžia jam sąveikaujant su artimiausia aplinka.

**Socializacijos institucijos**. *Socializacijos institutai* – socialiniai dariniai, atliekantys esminį vaidmenį socializacijos procese. Vaiko socializacija – sudėtingas ir ilgas procesas, kai kiekviena visuomenė, kiekviename vystymosi etape sukurianti tam tikrą socialinių bei dorovinių vertybių sistemą, elgesio taisykles, idealus, pirmiausia suinteresuota tuo, kad vaikas suvoktų tai ir, pavertęs

savastimi, galėtų tapti pilnateisiu tos visuomenės nariu (Juodaitytė, 2002; Černius, 2006 ir kt.). Struktūriškai visuomenę sudaro daugybė tarpusavyje sąveikos ryšiais susijusių socialinių institucijų – istoriškai susiklosčiusių visuomeninio žmonių gyvenimo reguliavimo formų. Būtent per jas ir vyksta vaiko socializacija.

Įvairių socialinių institucijų vaidmuo vaiko socializacijos raidoje yra nevienodas. Vienos turi trumpalaikį poveikį, kitos vykdo tikslingo bei nuoseklaus poveikio asmenybės formavimuisi funkcijas. Pagrindinėmis socializacijos institucijomis, veikiančiomis augantį vaiką, laikoma: šeima, mokykla, religija, kultūra, masinės informavimo priemonės, bendraamžių grupės.

**Šeima** yra socialinio gyvenimo centras, ji individą sieja su kitomis socialinėmis grupėmis, šeima vaikui perduoda pagrindines vertybes bei normas. V. Legkauskas (2009) manymu vaiko tapatybei pagrindą duoda tėvai, nes jis pirmiausiai su jais identifikuoja. Šeimos jungiasi į bendruomenes kurios turi įtakos vaiko pozityviajai socializacijai.

Paauglystės laikotarpiu labai svarbu, kaip vaikas jaučiasi savo biologinėje šeimoje, nuo to priklauso jo socializacijos eiga, branda, o kai kada ir jos rezultatas (Kvieskienė, 2003). Šeima suformuoja paauglių dvasines vertybes, interesus, elgesio normas, kurie yra priimami, vertinami bendraklasių arba atstumiami bei ignoruojami. Šeimos narių požiūris į vaiką lemia, kaip paauglys išsiugdys įvairius įgūdžius, įgis savarankiškumo, pasitikėjimo, suformuos teigiamą savęs vertinimą. Grubus tėvų elgesys, nejautrumas, nesupratingumas, pareigų nevykdymas apsunkina paauglių socializaciją. Paaugliai, su kuriais žiauriai elgiamasi, mažiau pasitiki žmonėmis, sunkiau užmezga ir palaiko su jais stabilesnius emocinius ryšius.

Socializacijos procese, paaugliui priimtinausi auklėjimo stiliai, kuriuos apibūdina šiluma, artumo ir saugumo jausmai, parama, dažnas pagyrimas (Legkauskas, 2009). Saugumas šeimoje skatina paauglio pasitėjimą savimi socialinėse situacijose ar plečiant socialinius kontaktus.

**Mokykla** suteikia ne tik formalų, sistemingą lavinimą bet ir supažindina su neformaliomis vertybėmis, nuostatomis (Vaitkevičius, 1995). G. Kvieskienės (2005) teigimu, mokykla yra antroji vaiko bendruomenė (po šeimos), kurioje jis socializuojasi, įgyja tam tikrus elgesio, bendravimo su bendraamžiais ir vyresniais žmonėmis, įgūdžius.

Viena vertus, ugdymo įstaiga vaikui suteikia naujų galimybių, kita vertus kelia naujų reikalavimų. Ugdymo įstaigos aplinkoje galioja įvairios taisyklės, apribojimai. Nuolatinis žmogaus tobulėjimas sąveikaujant su mikroaplinka ir makroaplinka suprantamas plačiąja prasme. Mokykloje individas perima socialinį patyrimą, žinias, kai yra ugdomas, kai jį tikslingai formuoja ugdytojai.

*Formalųjį papildomą ugdymą* teikia specializuotos meno, dailės, muzikos, teatro, sporto, kalbų, sekmadieninės tautinių bendrijų mokyklos ir pan. *Neformalųjį papildomąjį ugdymą* teikia

profiliniai moksleivių gamtos mokslų, meninio, techninio ugdymo, turizmo, laisvalaikio organizavimo centrai, vaikų klubai ir pan.

**Religija.** G. Kvieskienė (2005) teigia, kad svarbi socialinė edukacinė institucija buvo ir yra Bažnyčia, kuri ilgus metus buvo vienintelis bendruomenės centras. Bažnyčios socialinės edukacinės funkcijos dėka, vyko kultūros paveldo ir vertybių perdavimas, žmonių sutelktumo ir ugdymo procesai. Daugumoje Europos šalių pirmosios mokyklos buvo įsteigtos Bažnyčios dėka. Daug metų Bažnyčia buvo neatsiejama nuo ugdymo, daro ir tebedaro poveikį socialiniai ekologijai, nepriklausomai nuo to, kokia bendruomenės dalis save laiko tikinčiaisiais (Kvieskienė, 2005).

**Kultūra** yra visuma žmogaus veiklos būdų, priemonių, normų, idealų ir vertybių bendrų ištaisai žmonių grupei, padedančių žmonėms orientotis savoje visuomenėje ir perduodamų iš kartos į kartą (Vaitkevičius, 1995). Veiklos būdai ir patirtis, perduodami iš kartos į kartą, sąlygoja individo bendravimą, jų veiklą ir elgesį. A. Juodaitytės (2002) teigia, kad šiuo požiūriu asmenybės socializacijai svarbios tampa tokios žmogaus socializacijos funkcijos, kaip adaptavimasis esant tam tikroms socialinėms sąlygoms, kurias sudaro nuolat atsinaujinanti žmonių gyvenimo sritis – kultūra. Kultūra padeda individui orientotis jį supančios socialinėje aplinkoje, perduoda elgesio, veiklos būdus ir pavyzdžius, orientuoja jį į bendruomenės, grupės, organizacijos, teritorinės bendrijos, kuriai individas priklauso, žinias, normas ir vertybes.

**Masinės informavimo priemonės**, atlieka dvejopą vaidmenį individo socializacijos procese: 1) *teigiamą*, t. y. informacijos, žinių perdavimas (informacija apie pasaulio ir artimiausios socialinės aplinkos įvykius, mokymas ir savimoka, patarimų ieškojimas ir pan.), pramoginė funkcija (laisvalaikio leidimas), asmenybės identifikacijos funkcija (susitapatinimas su kitų vertybėmis, savęs suvokimo ieškojimas ir pan.). 2) *Neigiamą*, t. y. prievartos, smurto vaizdavimą, kuria įvairius stereotipus, perduoda supaprastintus elgesio pavyzdžius ir pan. Atlikti įvairūs mokslininkų tyrimai patvirtina, kad smurtinių filmų ir programų žiūrėjimas skatina vaikų agresyvumą. Vaikai perima propaguojamą agresiją ir spręsdami tarpusavio konfliktus dažnai naudoja smurtą, kaip veiksmingą įvairių problemų sprendimo metodą.

G. Kvieskienė (2005) manymu, masinės informavimo priemonės pakankamai ryškiai atspindi visuomenės nuomonę, labiau stengiasi pritraukti skaitytoją, žiūrovą, dažnai nesiskaitydama su priemonėmis. Žiniasklaida aiškindama problemas bei jų sprendimo būdus, dažnai kelia prieštaringas idėjas, neieško reiškinio priežasčių ar ištakų. G. Kavolis (1995) tvirtina, kad visuomenės informavimo priemonės daro įtaką naujam požiūriui į gyvenimo reiškinius bei dvasines vertybes. R. Uznieienė (2009) manymu, masinės informavimo priemonės daro didžiulę įtaką pažeidžiamiausiai auditorijos daliai –



nepilnamečiams, stipriai veikia bręstančią asmenybę, transformuoja individo santykį su pačiu savimi ir jį supančiu pasauliu.

**Bendraamžių grupės** atlieka funkcijas: 1) suteikia erdvę kurioje individas gali būti nepriklausomas nuo suaugusiųjų (tėvų, ugdytojų). 2) Suteikia patyrimo bendraujant su kitais, kaip su sau lygiais. 3) Sukuria sferą, kurioje vaiko padėtis nėra marginalinė. 4) Suteikia neformalią informaciją apie tabu temas (seksas, pornografija, deviaciją ir pan.).

Mokslininkai (Bucy, 2005; Juodaitytė, 2002; Kviškienė, 2005; Černevičiūtė, 2009) analizuojantys grupės sąvoką, siekia suprasti, kaip, kokioms aplinkybėms esant ir kokios formuojasi visuomenės grupės, kaip jos veikia, transformuojasi, kokį poveikį grupių nariams daro išorinė socialinė aplinka, bendravimas su kitomis grupėmis, kaip jos priima savo sprendimus, kokie tapatybių modeliai, subkultūriniai gyvenimo stiliai formuojami.

## 2. MEDIJOS KAIP TARPKULTŪRINIO UGDYMO DALYVĖS

### 2. 1. Medijos ir tarpkultūrinė socialinė aplinka

20 a. antros pusės ir 21 a. pradžioje pasaulyje įvyko daugybė naujovių. Viena iš svarbiausių, nulėmusi pasaulio kultūros kaitą, yra informacinės technologijos, kurios šiandien suprantamos kaip informavimo priemonės, paremtos elektroninėmis priemonėmis (McLuhan, 2003). Elektroniškai veikiančios informavimo priemonės (internetas, radijas, televizija ir kt.) yra visuotinai vartojamos ir vadinamos bendresniu medijų terminu. Daugiau kaip prieš keturiasdešimt metų Marshallas McLuhanas (2003) mums aiškino „*Kaip suprasti medijas*“. Šiandien kyla naujas poreikis įvertinti medijų kaitą, jų sąveiką su kultūra bei ugdymo procesais.

Visuotinėje lietuvių enciklopedijoje (2008) teigiama, kad medija yra komunikacijos priemonė; informacijos siuntėjo ir gavėjo tarpininkas, turintis savo informacijos kodavimo ir sklaidos sistemą. R. Uznieinė (2009) teigia, kad medijos yra „atminties saugykla“ ir kartu „žemėlapis“, nurodantis kur mes esame, kas mes esame ir kokios mūsų ateities perspektyvos. Autorė pabrėžia, kad medijos koduoja ir koncentruoja tikrovės suvokimą, neišvengiamai iškraipo realybę, t. y. jos, kaip galinga socialinė jėga transformuoja ir ugdymo procesą (Uznieinė, 2009).

Medijos keičia pasaulį vis labiau didindamos perskyrą tarp tų, kurie šias technologijas supranta ir įvaldo, ir tų, kurie dėl įvairių priežasčių ar nuostatų jomis naudojasi labai minimaliai. Nepaisant įvairių požiūrių į informacijos intensyvią skaidą ir gausą, prieigos prie žinių plečiamos. Palaipsniui informacijos sklaida tampa masinė. Kuriasi informacijos visuomenė, kuri elektronines informacijos priemones vertina kaip tam tikrą visuomenės gyvenimo kokybės ir kultūros rodiklį. Užsienio ir Lietuvos mokslininkų tyrimai rodo, kad vis daugiau jaunimo informaciją gauna iš televizijos, radijo, interneto, o mažiausiai iš spaudos. *Internetas* – viena naujausių ir pažangiausių tarpkultūrinių medijų, kuri apima visas žiniasklaidos priemones (radiją, televiziją, spausdintinę žiniasklaidą). Ši medija naudoja ir verbalines, ir neverbalines ženklų sistemas.

*Medijų funkcijos individo lygmeniu* (Uznieinė, 2009): 1) *informacinė* (bendrų interesų ir žinių troškimo patenkinimas, savišvieta, įvairių patarimų ieškojimas, informacija apie socialinės aplinkos įvykius, kitas šalis ir pan.). 2) *Asmenybės identifikacija, susitapatinimas* (patvirtinimai apie elgesio modelius, susitapatinimas su kitų individų vertybėmis ir kt.). 3) *Integracija ir socialinis bendravimas* (galimybė bendrauti su draugais visame pasaulyje, visuomene, dialogo pagrindų formavimasis, kito supratimas, pagarba realizuojant socialinius vaidmenis ir pan.). 4) *Pramoginė* (laisvalaikio praleidimo forma, estetinis pasitenkinimas, gyvenimas virtualiame pasaulyje ir kt.).

## 2. 2. Medijos – informaciojo ugdymo dalyvės

R. Uznieinė (2009) manymu, medija yra viena iš socialinių institucijų, visuomenės kultūrinio proceso, vertybių, žmonių veiklos, elgesio pavyzdžių ir idealų elementų visuma. *Edukaciniu požiūriu*, medijos aktyviai dalyvauja ugdymo procese, lygiaverčiai šalia kitų tradicinių socialinių institucijų, t. y. šeimos, mokyklos, Bažnyčios (Uznieinė, 2009). Medija yra globalus informacijos srautas, naudojamas įvairiems tikslams – bendravimui, informavimui, švietimui, pramogoms, ugdymui ir pan. R. Uznieinės (2009) nuomone medijos įvairiapusiškai dalyvauja vaikų ugdymo procese, jos ne tik perduoda informaciją, tenkina tam tikrus visuomenės narių poreikius, bet ir įsilieja į asmenybės ugdymo procesą kaip *informaciojo ugdymo* veikėjos.

*Informalusis ugdymas* – sudėtinė neformalaus ugdymo dalis, skirta ne nuolatiniam, tačiau tikslingam asmenybės ugdymui iš įvairių informacijos šaltinių (Uznieinė, 2009). Informalusis ugdymas yra apibrėžiamas, kaip kiekvieno žmogaus natūralus, individualus ugdymasis, kasdienių patyrimų metu. Jis vyksta savaime ir nėra struktūruotas. Kitaip tariant, medijos asmens ugdymo procese dalyvauja netiesiogiai, o jų ugdomoji veikla, grindžiama laisvo pasirinkimo principu ir sudaro galimybes kasdienei individo saviugdai.

Formalųjį ugdymą struktūruotai vykdo mokymo įstaigos, kuriose yra siekiamas konkretus rezultatas bei žinių perdavimas, o neformalusis ugdymas – orientuotas į asmenybės tobulinimą, savišvietą, praktinių įgūdžių lavinimą. *Informalusis ugdymas* daro poveikį ugdytiniui, kuris reiškiasi formaliojo ir neformaciojo ugdymo procese. R. Uznieinės (2009) manymu, turi funkcionuoti formalusis, neformalusis, informalusis ugdymas, kaip nenutrūkstamo ugdymo dalys.

## 2. 3. Socialinių pažinčių tinklapių komunikacinis kontekstas

Globalizaciją tyrinėjantys mokslininkai (Giddens, 2000; Tomlinson, 2002; Bauman, 2007 ir kt.) kelia klausimą, kokią įtaką žmonių santykiams, kaip esminiam žmogiškos būties elementui, globalizacijos kontekste daro besikeičianti kultūra, spartus informacinių technologijų augimas ir kiek tai gali paveikti žmonių, ypač paauglių gyvenimą.

Informacijos paskirtis yra praturtinti žmogų dvasinėmis vertybėmis, padėti geriau orientotis šiuolaikiniame pasaulyje, spartinti visuomenės pažangą. Bet kokie pokyčiai visuomenės struktūroje lemia ir visuomenės informacijų kaitą. Šiame informacijos amžiuje visuomenė reikalauja, kad informacijos būtų pateikiama kuo daugiau ir kuo greičiau. Įtakingiausia ir beveik nekontroliuojama informacijos sklaidos priemonė yra internetas.

Informacinės visuomenės sklaidos sąlygomis, kompiuteris paaugliui tapo ne tik mokymosi įrankiu, bet ir bendravimo priemone, laisvalaikio praleidimo dalimi, palaipsniui transformuojančia žmonių veiklos bei tradicinio gyvenimo būdą. Paaugliai yra ypač aktyvūs informacinės visuomenės vartotojai ir dalyviai, išitraukiantys ne tik į jos pažinimą, bet ir į jos kūrimą. Paaugliai ypač greitai išmoksta vartoti kompiuterines technologijas, nesunkiai perpranta naujoves, beveik kasdien atranda naujas jų galimybes. Tačiau kartu su naujais vaikų įgūdžiais, naujais poreikiais, naujomis intelektinėmis ir bendravimo galimybėmis atsiranda naujos rizikos bei nepatirtos grėsmės. Mokslininkai (Hutchby, Moran – Ellis, 2001; Castells, 2001, 2005; Bakardjieva, 2005; Geser, 2007; Šaparnytė, 2007; Juodaitytė, Šaparnytė, 2008) teigia, kad šiuolaikiniai paaugliai yra imlūs įvairioms technologijoms – nuo televizijos iki interneto, nuo mobiliųjų telefonų iki vaizdo kamerų, nuo įvairių virtualių žaidimų iki asmeninių kompiuterių, – todėl jie dažnai apibūdinami ne tik kaip kompiuterinių technologijų vartotojai, bet ir kaip kompiuterinės kultūros kūrėjai.

Kompiuteris yra sudėtinė paauglių komunikacijos dalis, nes naudojantis juo bendraujama ir keičiamasi informacija. Tai lemia vaikų bendravimo būdo, principų, formų bei normų kaitą ir, pasak E. Ramanauskaitės (2002), kuriamas dinamiškas bei fragmentiškas bendravimo kultūros laukas.

Pasak A. Giddens (2005) paauglių komunikacija, vykstanti kompiuteriu, vadinama virtualia ir suvokiama kaip pakankamai nauja tarpusavio ryšių palaikymo forma – naujas „komunikacijos kanalas“. M. Castells (2005) teigia, kad tinklai tampa naująja mūsų visuomenių socialine morfologija.

### 2. 3. 1. Virtualios grupės apibūdinimas

Mokslininkai J. December (2005) ir Šaparnytė (2007) paauglių kompiuterinės kultūros kontekstui suvokti išskiria komunikacijos lygius – *visuomeninį, masinį, grupinį*.

**Visuomeninį lygį** mokslininkai (Watson, 1997; December, 2005; Šaparnytė, 2007) įvardija paauglio, kaip kompiuterinių technologijų vartotojo, galimybę komunikuoti susikuriant savo asmeninį tinklalapį, kuriame viešai skelbiama asmeninė informacija bei pateikiamos nuorodos į draugų ar kitų pažįstamų tinklalapius ir kt. Visuomeninis lygis pabrėžia virtualių „kompanijų“ reikšmę. A. Giddens (2005) teigia, kad tokios „kompanijos“ komunikuoja tarpusavyje ir keičiasi informacija, tačiau jos yra kokybiškai kitokios nei realiame pasaulyje, nes socialines bendrijas siekiama sukurti virtualiai.

**Masinis lygis** siejamas su įvairias elektroninės informacijos šaltiniais, kai vyksta „vieno bendravimas su daugeliu“ (December, 2005; Šaparnytė, 2007). Tai sustiprina informacijos komunikacinę reikšmę, nes yra substancionalumas, garantuojantis komunikacinę sklaidą (Augustinaitis, 2001; Šaparnytė, 2007).

**Grupinis lygis.** Pasak A. Suslavičiaus (2006), A. Savanavičienės ir V. Šilingienės (2005) iki šiol nėra tvirtai nusistovėjusio grupės apibrėžimo, nes grupės terminu įvardijami gana įvairūs žmonių susibūrimai. Bendriausias grupės apibūdinimas pateikiamas „Dabartinės lietuvių kalbos žodyne“ (2000): grupė – tai visuma asmenų, kuriuos jungia bendri interesai, reikalai, siekiai, vertybės ir kt. Lentelėje patiekiami *grupės apibrėžimai* ir jų formulavimo požymiai (Savanavičienė, Šilingienė, 2005):

**1 lentelė**

Požymis	Grupės apibūdinimas
Narystė	Toks skaičius žmonių, kurie veikia vienas kitą tiesiogiai viename ar keliuose susibūrimuose, kur kiekvienas narys kitą narį suvokia ganėtinai aiškiai. Vienetas, kurį sudaro daugybė atskirų narių, kolektyviai suvokiančių šį vienetą ir galinčių vieningai veikti.
Santykių arba tarpusavio sąveika	Atvira tarpusavio sąveikos sistema, kurios veikla sąlygoja sistemos struktūrą, o sėkminga tarpusavio sąveika daro įtaką sistemos identiškumui. Kai tarp dviejų ar daugiau žmonių užsimezga tam tikri santykiai, susiformuoja grupė. Tarpusavyje kontaktuojančių, vienas į kitą reaguojančių ir esminiais klausimais sutinkančių individų suma.
Tarpusavio priklausomybės	Visuma individų, kurie palaiko santykius vienas su kitu, todėl tampa iš dalies priklausomi vienas nuo kito.
Struktūriniai santykiai	Dviejų ar daugiau individų sistema, kurie tarpusavyje taip susiję, kad tam tikru laipsniu palaiko šios sistemos funkcionalumą; tarp grupės narių susiformuoja tam tikri santykiai, atsižvelgiant į kiekvieno grupės nario vaidmenį, ir susiklosto tam tikros normos, reguliuojančios visos grupės ir atskirų jos narių elgesį.
Bendras tikslas	Visuma individų, kurie tampa jos nariais, norėdami pasiekti tam tikrą tikslą.

1 lentelė. Grupės apibrėžimai ir jų formulavimo požymiai (Savanavičienė, Šilingienė, 2005).

Veiksniai lemiantys siekį būti grupės nariu (Savanavičienė, Šilingienė, 2005; Suslavičiaus 2006): 1) *Socialiniai poreikiai*. Grupė patenkina socialinius individų poreikius. Grupės nariai reguliariai bendrauja tarpusavyje, o tai yra viena iš pagrindinių priežasčių. 2) *Saugumas*. Individai grupėse jaučiasi saugesni, stipresni. Grupėje veikia kolektyvinė, komandinė sąveika, grupei paprasčiau įtikinti kitus savo teisumu, išsikovoti geresnes sąlygas ir pan. Individai įvairiose grupėse labiau pasitiki savimi ir tampa atsparesni grėsmėms. 3) *Savęs vertinimas ir statusas*. Pripažinimas grupės nariu ir gautas grupės nario statusas, palyginti su tais, kurie grupei nepriklauso, didina buvimo grupės nariu vertę, o kartu kelia ir savivertę. 4) *Įvairios galimybės*. Tai, ko negali ar nesugeba pasiekti vienas individas, tampa pasiekiamu grupei. 5) *Tikslo siekimas*. Norint sėkmingai atlikti sudėtingas užduotis, gali neužtekti vieno individo sugebėjimų. Atskiri individai, darydami tai, ką sugeba geriausiai, gali efektyviai panaudoti bendram tikslui savo gebėjimus ir įgūdžius.

Socialinių tinklų svetainės dar vadinamos socialine programine įranga ir socialine medija, suteikia priemones kurti ir palaikyti ryšius internetu. Socialiniuose interneto tinklapiuose galima

praleisti turiningai laisvalaikį, čia susirandama realių arba virtualių draugų, greitai tampama grupės nariu, keičiamasi ne tik nuotraukomis, informacija, bet ir įvykiais, nuotaikomis, įspūdžiais. Viena vertus socialiniai pažinčių tinklapiai tiesiogiai atliepia kiekvieno, ypač paauglio, poreikį bendrauti ir būti socializacijos subjektu. Komunikaciniai ryšiai ugdo paauglio komunikacines kompetencijas, nes jis patenka į naują, jam neįprastą bendravimo pasaulį, kuriame gali komunikuoti su kitais, nebūtinai pažįstamais, tačiau turinčiais tuos pačius ar panašius pomėgius, interesus žmonėmis. Kita vertus, mokslininkai (Ruškus, Žvirdauskas, Kačenauskaitė, 2010; Ruškus, Sujeta, 2011) teigia, kad socialiniuose pažinčių tinklapiuose bei virtualiose grupėse slypi ir grėsmės. Čia galima susipažinti su žmonėmis, kurie slepiasi po išradingai susikurtais avatarais, klaidingai pateikia amžių ir tapatybę, naudodami įvairius manipuliacinius metodus gali įtraukti patirties neturintį paauglį į jo sveikatai grėsmingas veikas, galinčias virsti patyčiomis ir blogiausiais – nužudymu. J. Ruškus ir I. Sujeta (2011) teigia, kad dėl kritinio sąmoningumo stokos paaugliai gali patirti viktimizaciją vartojant internetą, t. y. tapti auka, kai interneto vartotojas patiria interneto grėsmes ir žalingas pasekmes.

M. Fraser, S. Dutta (2010) *socialinių tinklų svetainės skirsto į penkias kategorijas*: 1) *Egocentriniai tinklai* – tai labai populiaros „profilinės“ svetainės (pvz., facebook.com), kurios yra lyg platformos draugų tinklams kurti. Nariai tokia internetiniame tinkle „baksnoja“, „laikina“, „mėto avytes“ į kitus grupės narius. Minėti tinklai taip pat yra kaip platforma virtualiai tapatybei kurti, asmeniniam kūrybiškumui ir meninei raiškai plėtotis (naudojamos dainos, nuotraukos, vaizdo įrašai ir kt.). 2) *Bendruomeniniai tinklai* – šios svetainės sujungia stipriais tapatumo ryšiais, paremtais tautybe, rase, religija, socialine klase, seksualine orientacija ir pan. Jos dažniausiai atkartoja bendruomenes, kurios jau egzistuoja realybėje. 3) *Oportunistiniai tinklai* – tai tokios socialinės bendruomenės kurių nariai prisijungia dėl kokių racionalių priežasčių (pvz., verslo ryšiai). 4) *Į aistras nukreipti tinklai* – šios svetainės suburia žmones, kuriuos vienija hobiai ir bendri interesai. Minėti tinklai dar yra vadinami „bendrų interesų bendruomenėmis“, o narystė šiose svetainėse apibrėžiama pagal „aistras“ (pvz., automobiliai, žvejyba, kino filmai ir pan.). 5) *Dalijimosi informacija tinklai* – svetainės tokios kaip youtube.com yra apibūdinamos ne pagal narystę, bet pagal jų turinį. Youtube.com – suburia žmones kurie dalinasi vaizdo filmukais, muzikiniais klipais ir kt. Žmonės domisi šiomis svetainėmis todėl, kad gautų prieigą prie kitų sukurto turinio.

**Paauglių vaidmenų kaitos** procesas siejamas su virtualaus komunikavimo anonimiškumu, kuris sudaro sąlygas eksperimentuoti su savo tapatybe, nes atsiranda galimybė pertvarkyti asmenybę pageidaujama linkme (Becker, Stamp, 2005; Kenna, Bargh, 2005; Šaparnytė, 2007). Mc. Kenna, ir J. A. Bargh (2005) teigia, kad virtualiose grupėse, bendruomenėse, socialiniuose pažinčių tinklapiuose savo asmenybę paaugliai gali keisti daugybę kartų. Viena vertus virtualioje erdvėje, tampančioje

savotiška eksperimentine laboratorija, paaugliai gali išbandyti daugelį tapatybių. Kita vertus, internetinėje erdvėje yra individų, nenorinčių atskleisti, kas jie tokie iš tikrųjų yra ir kritinio sąmoningumo įgūdžių stokojantį paauglį gali įvilioti į jo fizinei bei psichinei sveikatai grėsmingas situacijas.

**Anonimiškumas virtualiose grupėse.** Mokslininkai (Kenna, Bargh, 2005, Šaparnytė, 2007) teigia, kad anonimiškumas ypatingai yra patrauklus paaugliams, virtualios komunikacijos metu paaugliai modeliuoja santykius su tokiais pat anonimais, kaip ir jie patys. Tyrėjai akcentuoja, kad edukacinė virtualios komunikacijos prasmė yra ta, kad paaugliai bando elgtis kitaip nei realiame gyvenime, ir tai juos išlaisvina nuo išmoktų komunikacinių modelių, kurie dažnai būna pastovūs bei stereotipiniai (Brown, Duguid, 2004; Kenna, Bargh, 2005; Fraser, Dutta, 2010; Šaparnytė, 2007). Paauglys dėl patiriamos laisvės išmoksta vis daugiau komunikacinių schemų. K. Y. A. Mc. Kenna, J. A. Bargh (2005), E. Šaparnytė (2007) skiria asmens tapatybės žaidimą vaidmenimis, kurio metu paaugliai gali pakeisti savo amžių, lytį, charakterį, nuostatas, išvaizdą ir pan.

**Komunikacinė laisvė** yra patraukli socialiniuose pažinčių tinklapiuose ir virtualiose grupėse. Mokslininkai (Watson, 1997, Kenn, Bargh, 2005; Bucy, 2005; Šaparnytė, 2007) akcentuoja virtualios komunikacijos patrauklumą, kai vyksta laisvas bendravimas, kuriame paauglys nesutinka tiesioginio (realaus) pasipriešinimo savo mintims ir veiksams. Teigiama, kad komunikuojant virtualiai laisvė yra neatsiejama nuo anonimiškumo, nes bendraujama „akis į akį“ (Šaparnytė, 2007). Tyrėjai (Kenn, Bargh, 2005; Bucy, 2005; Šaparnytė, 2007) atkreipia dėmesį, kad virtualioje komunikacijoje paauglio laisvės principas realizuojamas dėl to, kad fizinis atstumas ir laikas tampa nereikšmingi, nes su draugais galima komunikuoti nepriklausomai nuo gyvenamosios vietos, esančiais geografiškai toli ir/ar arti atstumo ir laiko prasmėmis. Mokslininkai pažymi, kad vaikams sudaroma „bendravimo be sienų“ galimybė, todėl jie gali įsitraukti į multikultūrinį, tarptautinį bendravimą.

**Komunikacinių ryšių** aspektas rodo, kad virtualios komunikacijos efektas priklauso nuo komunikacinių ryšių stiprumo ir/ar silpnumo (Robinson, Delahooke, 2001; Giddens, 2005; Kenn, Bargh, 2005; Šaparnytė, 2007). Minėti autoriai teigia, kad paauglių komunikaciniam ryšiui palaikyti būdingas dažnas bendravimas, įsipareigojimas, prisirišimas, o silpnam ryšiui – paviršutiniškumas. Tokie santykiai yra ne ilgalaikiai, lengvai nutraukiami, nes bendraujama dažnai kokio nors intereso pagrindu.

**Virtualios komunikacijos reikšmingumo** paaugliui kontekstas turi *pozityvų* aspektą, tačiau slepia ir tam tikrą *pavojų*. **Pozityvų** virtualios komunikacijos aspektą, socialiniuose pažinčių tinklapiuose, mokslininkai (Giddens, 2005; Kenn, Bargh, 2005; Geser 2007; Šaparnytė, 2007) apibūdina kaip galimybę palaikyti ir plėtoti paauglių komunikacinius ryšius. Akcentuojama, kad

socialiniuose pažinčių tinklapiuose atsiveria daugybė galimybių užmegzti naujas ir naudingas pažintis, atrasti senus pažįstamus, operatyviai gauti ar susirasti mokymuisi ar laisvalaikio praleidimui reikalingą informaciją, būti nuolat kintančių įvykių centre. Bendraudamas paauglys plečia su juo bendraujančių žmonių ratą, mokosi pažinti jų poreikius, įgyja komunikacinės patirties.

Tyrėjai (Robinson, Delahooke, 2001; Giddens, 2005; Kenn, Bargh, 2005; Šaparnytė, 2007) atkreipia dėmesį, kad paaugliai dalyvauja kitokioje nei realiame gyvenime komunikacijoje (virtualioje) ir taip išmoksta derinti dvejojo pobūdžio bendravimą – realų ir virtualų. Anot Šaparnytės (2007) virtuali komunikacija svarbi siekiant sukurti tokius paauglių tarpusavio santykius su socialinių tinklapių pašnekovais, kokių jie labiausiai norėtų, tačiau neturi realiame gyvenime. Mokslininkai akcentuoja, kad svarbus ir kitas virtualios komunikacijos bruožas – galimybė išvengti vienišumo ir izoliacijos.

K. Y. Mc. Kenna ir J. A. Bargh (2005) pažymi, kad virtualios draugystės taip pat vertingos paaugliams, nes jie įgyja daugiau draugavimo, bendravimo patirties ir ugdo(si) būtinas kompetencijas, t. y. virtuali, iš socialinių pažinčių tinklapių, draugystė gali būti „perkelta“ į realų gyvenimą. Teigiama, kad virtualiai bendraujant įgyjama naujų komunikacinių gebėjimų, kas kartais garantuoja realių socialinių kontaktų kiekį. Socialinių pažinčių tinklapių anonimiškumas turi ir teigiamų pusių, pavyzdžiui, – virtualus bendravimas sudaro sąlygas pasakyti tai, ką paauglys iš tiesų galvoja ir jaučia arba negali papasakoti realiame gyvenime (šeimoje, mokykloje, draugų, bendraklasių draugijoje).

Bendraujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose ar virtualiose grupėse akcentuojami ir **pavojai**. Mokslininkai (Robinson, Delahooke, 2001; Giddens, 2005; Kenn, Bargh, 2005; Šaparnytė, 2007; Ruškus, Žvirdauskas, Kačenauskaitė, 2010; Ruškus, Sujeta, 2011) pirmiausiai akcentuoja negatyvią paauglio santykių įtaka artumui bei nuoširdumui su žmonėmis (suaugusiais, bendraamžiais, tėvais ir kt.) ir jų bendruomenėmis. Bendravimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose ar virtualiose bendruomenėse yra pavojingas, nes ši teritorija apibūdinama kaip šalta, anonimiška ir pasižyminti socialinių ryšių paviršutiniškumu. Paaugliai neturi pakankamai galimybių, patirties atsirinkti gaunamą informaciją, stokoja kritinio sąmoningumo įgūdžių, dažnai neįsigilina į virtualių santykių turinį, nesugeba vertinti ir visiškai juos suvokti.

L. Pakalkaitė (2001), A. Juodaitytė ir E. Šaparnytė (2008) nurodo, kad bendravimas be geografinių ir fizinių apribojimų, t. y. palaikant virtualius kontaktus su geografiškai tolimais / artimais ir/ar mažai pažįstamai žmonėmis, dažnai pakeičia paauglio bendravimo proporcijas šeimos narių, realių draugų ir artimųjų nenaudai. Laikas praleidžiamas socialiniuose pažinčių tinklapiuose, lemia ryšių su tėvais, realiais draugais ar kitais artimais žmonėmis silpnėjimą, nes dažnai paaugliui yra kur kas



įdomiau bendrauti virtualioje aplinkoje su nepažįstamais ir/ar slepiančiais savo tapatybę, atsitiktiniais arba tolimais (geografiniu požiūriu) žmonėmis.

Mokslininkų teigimu (Pakalkaitė, 2001; Kenn, Bargh, 2005; Juodaitytė, Šaparnytė, 2008) palaipsniui transformuojasi paauglio – suaugusiojo, šeimos nario, socialiniai komunikaciniai ryšiai, kurie susilpnėja dėl didelio fizinio atstumo, retesnio bendravimo. L. Pakalkaitė (2001) išskiria *virtualios komunikacijos rizikos veiksnius*, į kuriuos suaugusieji (tėvai, pedagogai) turi sutelkti dėmesį: 1) Realybėje paauglių tarpusavio bendravimas būna neemocionalus, trūksta žmogiškos šilumos, bendraujama atsainiai, stengiamasi neįsipareigoti, emociškai neprisirišti. Palaipsniui mažėja socialinių ryšių kiekis ir prastėja jų kokybė. 2) Sutrinka paauglių ir suaugusiųjų (tėvų, pedagogų, artimųjų) bendravimas. Paaugliai palaipsniui atsiriboja nuo šeimos narių, tampa uždaresni, rečiau bendrauja. 3) Ribojami socialiniai komunikaciniai ryšiai su įvairiomis socialinėmis grupėmis (mokyklos, kiemo draugai, neformalaus ugdymo, t. y. būtelių draugai ir pan.). 4) Skatinama paauglio socialinė atskirtis, kuriai būdingas nuoširdžių santykių ribojimas, anonimiškas bendravimas su nepažįstamaisiais, daugiausiai laiko praleidžiama vienumoje. 5) Eliminuojama galimybė aktyviai bendrauti realiose gyvenimo situacijose.

L. Pakalkaitės (2001) ir E. Šaparnytės (2007) nurodo minėtų rizikos veiksnių pasekmės, paauglio pilnavertei komunikacijai: izoliacija, susvetimėjimas, mąstymo racionalizacija bei asmenybės socialinė dehumanizacija.

Internetinės bendruomenės ir socialiniai pažinčių tinklapiai yra labai svarbi paauglių laiko praleidimo forma. Akivaizdu, kad šio laikmečio paaugliai susiduria su nauja bendravimo realybe. Priklausomai nuo amžiaus, lyties, interesų, paaugliai praleidžia bent vieną ar dvi valandas per dieną komunuodami internete.

Mokslininkai (Kenn, Bargh, 2005; Geser, 2007; Fraser, Dutta, 2010; Pakalkaitės, 2001; Šaparnytės, 2007) išskiria dar vieną svarbų veiksni, lemiantį nepageidaujamą paauglio elgesį, – tiesmuko, nekontroliuojamo, impulsyvaus ir agresyvaus paauglių elgesio evoliucionavimą. Minėti tyrėjai akcentuoja galimus neadekvačius emocinius protrūkius – priešišumą, nesusipratimą, kuris pradžioje reiškia „žodinį karą“, o vėliau gali pereiti ir į agresyvius veikslus realybeje (Robinson, Delahooke, 2001; Giddens, 2005; Kenn, Bargh, 2005). Tokio reiškinio esminė priežastis – asmenų, kurie rūpintusi paauglio elgesiu virtualioje erdvėje, trūkumas, nes anoniminė virtuali komunikacija dažniausiai pasižymi trumpalaikiais kontaktais, todėl vaikui nesvarbu, ką apie jį galvoja kiti (Šaparnytė, 2007).

Siekiant apsaugoti paauglius nuo žalingos informacijos, būtina ugdyti kritinį sąmoningumą, skatinti gebėjimą atsirinkti informaciją ir ją racionaliai vertinti. Kalbant apie saugesnio interneto siekiamybę, neužtenka vien būti kritiškam internato turiniui.

Tėvams siekiant apsaugoti paauglius nuo žalingos informacijos, būtinos bent minimalios techninės žinios apie operacinių sistemų, naršyklių ar specialiųjų programų filtravimo priemones, kurios pagal tinklapio valdytojo pateiktus duomenis arba nustatytus kriterijus atpažįsta tinklapyje esančią žalingą informaciją ir neleidžia paaugliui prie jos prisijungti.

„Microsoft Lietuva“ generalinio direktoriaus M. Glodo (2011) teigimu, augant socialinių tinklų populiarumui, saugumo internete problema tapo kaip niekada aktuali. Dauguma tėvų žino apie galimus pavojus internete, tačiau per mažai skiria dėmesio savo vaikų elgesiui virtualioje erdvėje, retai naudoja technologines apsaugos priemones. „Skaudu pripažinti, kad toks tėvų aplaidumas virsta tragiškais pasekmėmis“, teigė M. Glodas (2011). Vienuolikoje Europos šalių „Microsoft“ užsakymu atliktas tyrimas atskleidė, kad net 67 proc. paauglių nusiėmė savo naršymo istoriją ištrindami naršyklės atmintį ir taip norėdami išvengti tėvų patikrinimo. Beveik penktadalis (17 proc.) teigė naršymo istoriją trinantis nuolat. Net 75 proc. paauglių teigė, jog internete buvo užkalbinti nepažįstamų asmenų. Dešimtadalis paauglių, kuriuos užkalbino nepažįstamieji, jų išsigando, o 11 proc. dėl to jautėsi sunerimę. „Microsoft“ tyrimo duomenimis, net 87 proc. tėvų yra kalbėję su savo atžalomis apie galimus pavojus internete. Visgi daugiau nei trečdalis (36 proc.) apklaustų tėvų prisipažino nestebintis savo vaikų skelbiamų žinučių ar kitos veiklos internetinėje erdvėje.

**Asmeninės informacijos viešumas** – dar vienas rizikos veiksnys. Paaugliai gali būti priversti rizikuoti, informuodami apie save „internetinius draugus“, nesvarbu, ar jų ryšiai ilgalaikiai, ar trumpalaikiai. Tokį elgesį, pasak K. Y. Mc. Kenna, J. A. Bargh (2005), skatina situacija, kai bendraudamas socialiniuose pažinčių tinklapiuose, virtualiu būdu, paauglys jaučiasi kaip „tamsiame kambarielyje“ (Šaparnytė, 2007), kur bendraujantys asmenys vienas kito nemato, realiai nepažįsta, nėra įsitikinę, kad žmogus su kuriuo bendrauja pateikia teisingą informaciją. Internetu padaroma emocinė žala gali būti didesnė nei patiriama realiai bendraujant, nes bendravimas internetu vyksta 24 valandas per parą, o įvairi medžiaga (pvz., nuotraukos, garsinė, vaizdinė medžiaga, asmeninė informacija ir kt.) plačiai paskleidžiama ir nesuvaldoma.

Apibendrinant būtų galima teigti, kad mokslininkai tyrinėję bendravimą virtualioje erdvėje, akcentuoja dvejopą poveikį: 1) virtuali erdvė yra traktuojama, kaip naudinga, nepakeičiama, šiuolaikinės žinių visuomenės dalis ir priemonė, akcentuojama komunikavimo laisvė, mobilumas, ryšiai bei paauglio, kaip asmenybės, savybių kaita. Identifikuojamas naujų virtualių ryšių užmezgimas bei realių papildymas, pratęsimas. 2) Internetinėse bendruomenėse ir ypač socialiniuose pažinčių

tinklapiuose egzistuoja grėsmių ir pavojų, įvairių incidentų tikimybė. Grėsmės dažniausiai yra susijusios su nepageidaujamu skverbimusi į paauglio emocinę sritį, fizinę ir psichinę sveikata, kompiuterio saugumą (virusai) ir kt.

## 2. 4. Identiteto kūrimas žiniasklaidoje

*Socialinis identitetas* dažniausiai apibrėžiamas kaip bendrinė sąvoka. Tai – žmonių kaip socialinių būtybių, charakteristika ar savybės, t. y. kiekvieno asmens supratimas, kas yra jis ir kas yra kiti. „Identiteto“ terminas turi kategorizuojančią prasmę (Kraniauskienė, 2004). Oxfordo Sociologijos žodynas šią sąvoką kildina iš lotyniškos šaknies *idem* (tas pats) įvardijančios tapatumą bei tęstinumą (*Dictionary of Sociology*, 1998). *Individualus identitetas* socialinėje teorijoje suprantamas, kaip individo įgytas autentiškas ir unikalus savęs suvokimas (Kraniauskienė, 2004). Kraniauskienės (2004) manymu, individuali savastis konstruojama socialinės sąveikos procese pasitelkiant savirefleksiją, kai iš prigimties unikali asmenybės dalis įtraukia *kitų* socialiai priimtinius apibrėžimus į vientisą darinį, todėl šį darinį galima laikyti socialiniu identitetu. Visiems individualiems identitetams būdinga socialinė kilmė, nes jie yra konstruojami socialinėje sąveikoje.

Globalioje visuomenėje žiniasklaidos vaidmuo yra reikšmingas, nes individas, stebėdamas įvairius vaizdus (nuotraukas, reklamas ir kt.), domėdamasis informacija, pažįsta socialinę realybę bei išmoksta socialinio elgesio. Žiniasklaida, kurią galima įvardyti kaip viešąjį diskursą, iuolaikinėje visuomenėje atlieka lemiamą vaidmenį kurdama ir perduodama socialinius simbolius ir reikšmes. Paaugliai yra labiausiai paveikiami žiniasklaidoje propaguojamų vertybių, jie kuriamas moteriškumo reikšmes, priima nekvestionuodami (Stonkienė, 2003, Miškinytė, Bagdonas, 2010). Bręstantys jaunuoliai, žiniasklaidos perduodamą informaciją yra linkę vertinti kaip realų gyvenimą atspindinčią informaciją.

Individo identiteto kitimas bei svarstymas dažnai siejamas taip pat su žiniasklaida. Žiniasklaida žmonių daugumai pristato, kas reikšmingo įvyko, bet taip pat ji pateikia veiksmingą interpretaciją, kaip reikia suprasti tai, kas įvyko (Stonkienė, 2003). Žiniasklaida supaprastina sudėtingus reiškinius, pertvarko juos į schemas, šitaip lyg ir pateikdama patirties tvarkymo, buvimo pasaulyje receptus.

*Tapatumas (identitetas) kuriamas* aplinkos, pasyvaus ir aktyvaus kūno, asmens vaizdinių sąveikoje (Kačerauskas, 2008). Tapatumas įrašomas į individų kūnus, elgseną ir pateikiamas kitų žvilgsniui bei suvokimui. Identitetas nėra atrandama „tiesa“ arba „esmė“, bet visą gyvenimą trunkantis griovimo ir kūrimo procesas (Koivunen, 1998). Vertinant moterį šiuolaikinė visuomenė ypatingai daug

dėmesio skiria jos išvaizdai, išoriniam grožiui, dėl to moterys, neatitinkančios visuomenės sukurtų standartų, dažnai kenčia nuo įvairių kompleksų, psichologinių (anoreksija, bulimija), fizinių ligų.

#### 2. 4. 1. Stereotipų samprata. Teigiami ir neigiami aspektai

Daugelis autorių teigia, kad žiniasklaida ir reklama formuoja *stereotipus* (Schaller, Latane, 1996; Tiggemann, 2003; Wegenstein, 2006; Jankauskaitė, 2005 ir kt.). Stereotipą sudaro sudėtingos nuostatos, atspindinčios supaprastintą (schemizuotą) realybės reiškinių supratimą (Schaller, Latane, 1996). Stereotipai apibūdina tam tikras žmonių grupės, jų elgsenos formas, dorovinius vertinimus ar pažiūras. *Esminiai stereotipų bruožai*: 1) objektų grupei greitai ir lengvai priskiriami nediferencijuoti požymiai. 2) Suteiktos charakteristikos ilgai nekinta. 3) Socialiniai stereotipai susiformuoja labai anksti, vaikai juos perima iš savo šeimos nariu ir juos gali naudoti nesuprasdami reikšmės. 4) stereotipai kinta veikiami politinių ir socialinių veiksnių.

Mokslininkai (Schaller, Latane, 1996; Macevičiūtė, Stonkienė, Matkevičienė, 2002) išskyrė *lytiškumo stereotipus*, t. y. ką individai mano apie moterų ir vyrų elgesį, kokie vaidmenys priskiriami ir pan. Lytiškumo stereotipai formuojasi kartu su socializacijos ir indentifikacijos procesais. Socialiniai vaidmenys atspindi visuomenės lūkesčius, o lytiškumo stereotipai yra informatyvus visuomenės vertybinės ir pasaulėžiūrinės brandos diagnostinis indikatorius (Macevičiūtė, Stonkienė, Matkevičienė, 2002).

M. Schaller, B. Latane, (1996) manymu, *psichologiniu požiūriu* stereotipizavimo procesas nėra relevantus etinei antinomijai (normoms, įstatymams) ir pats savaime šis procesas nėra nei blogas, nei geras. Stereotipizavimo procesas objektyviai atlieka būtinas funkcijas, t. y. suteikia galimybę paprastai, greitai ir gana patikimai kategorizuoti, schematizuoti, supaprastinti labiau nutolusią ir artimą socialinę aplinką.

Kultūros sričiai priklausančių stereotipų raišką ir įtaką veikia per žiniasklaidos priemonių gausą. Reklama ir žiniasklaida praplečia stereotipų sklaidą bei poveikio intensyvumą. Paveikiausi reklamos propaguojamoms vertybėms yra vaikai ir jaunimas. Žiniasklaidos vaidmens reikšmingumo suvokimą pabrėžia ir *socialinio išmokimo teorijos kontekstas*. Pagrindinis socialinio išmokimo teorijos teiginys, kad individas socialinio elgesio išmoka stebėdamas, atveria naujas žiniasklaidos priemonių įtakos sferas. Žiniasklaidos pranešimai, neabejotinai yra vienas iš socialinės realybės suvokimą suponuojančių veiksnių. Komunikacijos mokslų specialistai, tirdami jos poveikį socialinės realybės suvokčiai, atkreipia dėmesį į ypatingą sociokultūrinio stereotipo vaidmenį (Macevičiūtė, Stonkienė, Matkevičienė, 2002). Išskirtinė svarba, formuojant tapatybę, anot M. Jankauskaitės (2005), tenka

reklamai. Mokslininkės manymu, paskutiniu metu reklama įtvirtino moters, kaip prekės ir seksualinio objekto įvaizdį. Moteris yra tapatinama su produktu, kurį norima parduoti, ar dar geriau – atsikratyti. Žiniasklaidos perduodamus reklaminius pranešimus, kuriamas moteriškumo reikšmes vaikai ir jaunimas priima nekvestionuodami.

#### **2. 4. 2. Moters objektyvizacija vizualiniame žiniasklaidos ir reklamos diskurse**

Reklamos ir popkultūros kritikas J. Fowles (1996) teigia, kad reklama *manipuliuoja vartotojais* ir įteigia klaidingas vertybes, kad ji liaupsina materialistinę ir vartojimo etiką, kad ji nukreipta į emocijas ir iracionalius jausmus, kad ji skatina žmones pirkti nebūtinus ir pervertintus daiktus. J. Fowlesas pripažįsta, kad teorinis (filosofinis) diskursas – išimtinai kritiškas reklamos ir popkultūros atžvilgiu.

S. Janulienė (2008) kalbėdama apie reklamą teigia, kad tai yra manipuliacinis komunikacinis aktas, pagrįstas *įtaigos kūrimo mechanizmu*. Įtaiga reklamos adresatui konstruojama tiek reklaminio teksto vizualumu, tiek ir verbalumu. Reklamoje artikuliuojami įvairiausi kodai ir ženklai, kurie sėkmingai paveiktų adresato (pirkėjo, reklamos žiūrovo) jausmus, išpildytų jo lūkesčiu, poreikius, ir taip skatintų įsigyti prekę ar paslaugą kaip vertę, kokybiškai keičiančią asmeninį adresato gyvenimą. M. Jankauskaitė (2005) teigia, kad reklamos siūlo ne daiktus, o troškinus, kurių stipriausi – seksualiniai. „Vaizdinės kasdienybės erdvėje, seksualinė aistra ir jos viešas vaizdavimas tampa svarbiu reklamos elementu, kuris gundo vartotojus investuoti savo pinigus į iliuzinę regimybę“ (Jankauskaitė, 2005).

Per masines medijas trasliuojama reklama yra galinga jėga. A. Tereškinas (2001) teigia, kad reklama ne tik skatina rinktis vieną ar kitą produktą, bet ir *konstruoja tapatybes*. Autorius pastebi, kad pasaulis vis labiau ima panašėti į išviešinto intymumo ekraną (Tereškinas, 2001). Šių dienų kultūroje reklama akivaizdžiai manipuliuoja intymumo ir erotiškumo dominantėmis palaipsniui naikindama privatumo ir viešumo ribą. Analizuojant *privatumo diskursą* yra išskiriamos trys dimencijos (Janulienė, 2008): 1) ekonominė laisvė ir privati nuosavybė; 2) asmeniška sfera, į kurią įeina moraliniai ir religiniai ženklai; 3) intymioji sfera, į kurią įeina kasdieniai poreikiai, namų sfera, šeimyniniai santykiai, seksualumas ir kiti intymumo ženklai.

Reklamos vartotojiškumą, kuria itin dažnas *fotografinis vaizdas*: per fotografiją mes taip pat užmezgame vartotojišką ryšį su įvykiais kurie yra individo patirties dalis ir/ar tam tikra tikslinga tikrovės interpretacija (Trachtenberg, 1980; Tiggemann, 2003). Nuotrauka yra įsimintinesnė nei judantis vaizdas, nes ji yra laiko atraiža, o ne tėkmė (Sontag, 2000). Kiekviena statiška fotografija yra

privilegiuota akimirka, paversta objektu, kurį galima pastoviai apžiūrėti. McLuhan'as (2003) teigia, kad reklama suklestėjo tik XIX amžiaus pabaigoje, išradus fototipiją. Atsiradus fotografijai, reklama buvo paveiksluikai, o paveiksluikai – reklama. E. Landowski (2007) teigia kad, fotografijos pagalba žiniasklaidos ir reklamos diskurse, subtiliomis gudrybėmis sugebama pavaizduoti tai, kas susiję su neapčiuopiamybe ir momentišku, apeliuojama į individo juslių pasaulį. Vartotojiškos visuomenės kontekste V. Kinčinitis (1996; 2001) kalbėdamas apie šiuolaikinį postmodernistinį erdvėlaikį, pažymi fotovaizdo svarbą. Fotografija, multiplikuodama ir percituodama pasaulį, kuria naują hipertikrovę, kurią J Baudrillard (2002) apibūdina taip: dabar pasitelkus modelius generuojama tikrovė, neturinti nei kilmės, nei realybės, – tai hipertikrovė. *Hipertikrovėje* veikia simuliacijos dėsnis, kuris naikina ribas tarp realaus ir įsivaizduojamo, tarp tikro ir netikro (Baudrillard, 2002). Tikrovės atspindys kuria įtaigų priimtinumo, tikrumo, artimumo bei prieinamumo įspūdį: realybės fotografiją, t. y. kaukė – žmonės priima, kaip neabejotiną tikrovės faktą (Mažeikis, 1999). S. Sontag (2000) pabrėžia, kad fotografija garantuoja reklamos tiesos sakymo laipsnį ir priartina foto objektą prie adresato, anot autorės, – fotografijos parūpina įrodymus. Tai, apie ką mes sužinome, bet abejojame, atrodo įrodyta, kai mums parodoma nuotrauka (Sontag, 2000). Fotografija leidžia reklamai kurti dialoginę situaciją ir naikinti atstumą tarp savęs ir adresato: fotografija tapo vienas pagrindinių būdų ką nors patirti, sukurti dalyvavimo pojūtį (Sontag, 2000). Dalyvavimo įspūdį didina ir (savi)identifikacijos procesai.

Reklaminė fotografija, būdama *realybės simuliakru*, manipuliuoja žmogaus narciziniiais poreikiais visur matyti tikrovę ir atpažinti joje save. S. Sontag (2000) teigimu, fotografija, kurią galima panaudoti visokiausiems narciziškiems tikslams, taip pat yra galingas mūsų santykio su pasauliu nuasmeninimo įrankis. Radęs savęs patvirtinimą hipertikrovėje, adresatas masinėje komunikacijoje jaučiasi saugus ir suprastas (Sontag, 2000; Baudrillard, 2002).

Reklamose ir žiniasklaidos diskurse dažnai naudojamos moterų nuotraukos, vaizdai, kaip pagrindiniai reklaminės strategijos komponentai (Jankauskaitė, 2005). Pasinaudojus lengvai suprantamus ir atpažįstamus vaizdus, moteriškumo, seksualumo, intymumo kodus, reklama lengviau pasiekia asmens tapatybės šerdį, greičiau atkreipia adresato dėmesį, įtikina juos. Didelį poveikį reklama turi ir tam, kaip mes įsivaizduojame savo kūną, kokio kūno trokštame. Dažniausiai troškimai būna standartizuoti, stereotipizuoti: tai jaunas, lieknas, raumeningas, seksualus kūnas (Burgin, 1982; Thompson, Gray, 1995; Wells, 1997; Holmberg, 1998;Wegenstein, 2006; Talbot, 2007; Tereškinas, 2001; Pruskus, 2008 ir kt.). Daugelis minėtų autorių pabrėžia, kad kūno vaizdiniai ypač veikia paaugliu, kurie visais įmanomais būdais stengiasi atitikti, atkartoti grožio standartus.

A. Giddens teigia, kas reklamoje artikuliuojamas *aistros viešumas*. Aistra tiesiogiai įeina į seksualumo paradigmą, kuri tradicinėje visuomenėje yra privatumo ženklas. Reklama yra viena iš masinės komunikacijos diskursų, perkeliančių seksualumą į naują, viešą areną (Tereškinas, 2001).

Daugelis mokslininkų (Holmberg, 1998; Tiggemann, 2003; Wegenstein, 2006; Kinčinitis, 2001; Pruskus, 2008 ir kt.) kelia klausimą, kiek apskritai moteris gali būti apnuoginama, rinkodaros specialistų išdaryta, išnarstyta kaip su skalpeliu? Apnuoginto, nuogo kūno pavertimas paklausia preke stimuliuoja diskusiją – kas yra erotika, o kas yra pornografija ir kaip nustatyti šią trapią meno bei gašlumo takoskyrą mūsų visuomenėje (Kinčinitis, 2001), (*žr. 1 priedą, 108 puslapis*). V. Kinčinaičio (2001) teigimu populiariosios kultūros gudrybė – estetiškai „skanus“ vaizdas, sudėtas iš brangius, apnuogintus, seksualius, erotiškus kūnus. Reklamoje rodoma apnuoginta moteris – idealioji meilužė, naudojamosi jos erotiškumu, seksualumu, tam tikrais kulminaciniais orgazmo momentais, reklamuojant įvairiausias sultis, kremus, pomidorų padažą – čia apeliuojama į mūsų instinktus (Kinčinitis, 2001). Jei reklamos vaizdiniai tiesiogiai krypsta į pornografinę, sadistinę, mazochistinę, transvestitinę, gėjišką ar lesbietišką kultūrą, jie ne tik žaidžia seksualumu, bet ir padeda orientuotis realiai egzistuojančioje tikrovėje (Kinčinitis, 2001).

Daugelis Lietuvos mokslininkų (Tutkuvienė, 2001; Juodaitytė, 2002; Leliūgienė, 2003; Kvieskienė, 2003; Buzaitytė – Kašalynienė, Rinkevičienė, 2009) tyrinėjančių vaikų bei paauglių socialines, pedagogines problemas pripažįsta, kad reikšmingą vaidmenį *paauglių socializacijos procese* atlieka žiniasklaida ir reklama. J. Buzaitytė – Kašalynienė ir V. Rinkevičienė (2009) atliko tyrimą „Moters savo kūno suvokimas kaip socializacijos rizikos veiksnys“. Tyrimas atliktas apklausus 15 – 16 metų merginas, išanalizavus skaitomiausių žurnalų reklamų ir vaizdo diskursus. Tyrime dėmesys buvo koncentruojamas į spaudoje ir reklamoje kuriamus idealaus moters kūno vaizdinius ir šio vaizdinio įtaka merginų savo kūno suvokimui bei vertinimui. Reklamos ir žurnalų kuriamo idealaus kūno vaizdinio įtaka atsiskleidžia per merginų internalizuotą moters kūno idealą, kuris išryškėja lyginant objektyvius merginų kūno masės matmenis ir subjektyvius kūno suvokimus bei vertinimus (Buzaitytė – Kašalynienė, Rinkevičienė, 2009). Tyrimo autorės teigia, kad žiniasklaidos ir reklamos kuriami įvaizdžiai yra suprantami, kaip idealai, kaip siekiamybė ir todėl turi didelę įtaką formuojant merginų savęs suvokimo vertinimą.

Christian Metz (1991) analizuodamas moters įvaizdžius žiniasklaidos diskurse, naudoja jaunų moterų seksualinio identiteto schemą (semiotinę), kuri nusako jaunų moterų seksualumo spektrą. Ch. Metz (1991) teigia, kad terminas „seksas“ reiškia seksualinės patirties ryšį ir yra priešpastatytas su „nekaltybe“. Iš to išvedami keturi identitetai: „žmona“ ir „mergelė“, abu yra socialiai teigiami terminai. Terminai socialiai neigiami yra „kekšė / šliundra“ ir „ištvirkėlė“, – pastarasis sunkiausiai suprantamas

iš viso ketverto, nes apima ir sub – identitetus tokius, kaip seksualiniai nukrypimai, homoseksualumas, frigidiskumas ir seksualinė abstinencija (Metz 1986, 1991). Ch. Metz (1991) analizavęs žiniasklaidos diskursą, teikia kad *žurnalų viršeliuose ir mados reklamose* „žmonos“ ir „mergelės“ identitetai *visiškai neegzistuoja arba parodomi, kaip likusius du identitetus ribojantys elementai. Moteris objektyvizuojama* ir dažniausiai matomų vaizdinių spektras yra tarp „kekšės / šliundros“ ir „ištvirkėlės“ (Metz, 1991). Su „kekšės / šliundros“ ar „ištvirkėlės“ įvaizdžiu tapatinami rūbai žurnalų viršeliuose ir pateikiami, kaip socialiai priimtini (žr. 2 priedą, 109 puslapis). Ch. Metz (1991) siūlo palyginti suknelės dėvimas per „Aukštojo mokslo apdovanojimus“ (ang. *Academy Awards*) ir tas, kurias dėvi prostitutės, šokdamos striptizo bare. Mokslininkas teigia, kad mados, reklamų, žurnalų vaizdiniai *turi tiesioginį poveikį kultūrai*. Kai vaizdiniai per mažai šokiruoja ir tampa priimtini jie – jau atgyvena, taigi vaizdinius kurianti propagandos „mašina“ privalo atrasti naujas sritis ir praplėsti esamas ribas, žaisdama su tabu ir isteriniais identiteto prieštaravimais, ji kuria naujus vaizdinius, tokius kaip, nekalta šliundra arba iškrypėlė žmona (Metz, 1991). Žurnalų iliustracijos ir reklama turi ir kiekybinį ir kokybinį efektą jaunų moterų socialiniam Alter –Ego.

Užsienio mokslininkai (Groesz, Levine, Murnen, 2002; Harrison, Taylor, Marske, 2006) analizavę žiniasklaidos ir reklamos *poveikį paauglių merginų savo kūno suvokimui*, teigia kad būtent reklama ir žiniasklaida skatina sureikšminti kūno įvaizdžio svarbą, pateikia svorio mažinimo strategijas, leidžiančias pasiekti norimą kūno idealą bei skatina nepasitenkinimą savo kūnu. Anot mokslininkų, paauglių merginų žiūrimos reklamos generuoja tokius intymumo ženklus, kaip seksuali moters figūra, erotiška poza arba kūno laikysena, emocionali arba jaudinanti kalba ir pan. (Groesz, Levine, Murnen, 2002; Harrison, Taylor, Marske, 2006). Reklamose intymūs santykiai, taip pat seksualumas nėra slopinami ir slepiami, bet demonstruojami, kaip jėga, galia ir kiekvienos moters siekiamybė.

A. Miškinytė ir A. Bagdonas (2010) atliko tyrimą, kuriame buvo siekiama įvertinti įvairius *požiūrius į savo kūną*, būdingus jauno suaugusio amžiaus lietuviui. Tyrėjai nustatė, kad savo kūno vaizdas – daugiamatis reiškinys kurį įtakoja masinės medijos bei reklama. Tyrime buvo atsižvelgiama į kūno vaizdą ne kaip į visumą, o į požiūrio į kūną komponentus ir jų sąsajas su lytimi, amžiumi bei šeimine padėtimi. Gauti rezultatai parodė, kad moterų ir vyrų pasitenkinimas savo kūnu skiriasi – jaunos moterys yra labiau susirūpinusios savo kūno svoriu, forma ir tam tikromis kūno sritimis, jos skiria daug dėmesio savo fizinei išvaizdai. Požiūris į savo kūną yra susijęs su amžiumi ir partnerio turėjimu (Miškinytė, Bagdonas, 2010). Straipsnyje taip pat aptariami kultūriniai požiūrio į savo kūną komponentų skirtumai, lyginami amerikiečiai ir lietuviai.



Kūniškojo „Aš“ apibūdinimas tampa vis svarbesnis kasdieniame gyvenime. Socialinėje aplinkoje kinta grožio idealai, tuo pat metu ir reikalavimai jų siekti bei laikytis. Grožio standartai gausiai pateikiami visuomenės informavimo priemonėse bei reklamose. Apibendrinant, M. Jankauskaitė (2005) teigia, kad reklama siūlo ne daiktus, o troškimus, kurių stipriausi – seksualiniai. Akivaizdu, kad vizualiniame diskurse egzistuoja moters sudaiktinimo, objektyvizacijos klišės ir šis įvaizdis tampa masinės kultūros sinonimui. O reklama – neatskiriama tos kultūros dalis, kuri aktyviai palaiko ir formuoja šias nuostatas.

Analizuojant paauglystės laikotarpį, laiką, kada ieškoma savojo tapatumo, sumažėja šeimos, pedagogų įtaka, paaugliams labai svarbūs tampa draugai, bendraamžių grupės, pripažinti socialiniai modeliai ir idealai. Paauglių socializacijos procese, mokslininkai akcentuoja vis didėjančią masinės žiniasklaidos ir reklamos įtaką.

### 3. TRANSFORMUOJANTIS IR IŠLAISVINANTIS MOKYMASIS, KAIP SĄMONINGUMO DIDINIMAS

#### 3. 1. P. Freire emancipacinė transformuojančio mokymosi teorija

Radikalus švietimo reformistas, Brazilijos pedagogas Paulo Freire teigė, jog žmogaus ontologinis pašaukimas yra būti subjektu, kuris keičia ir veikia pasaulį, ir tai darydamas artėja prie naujų galimybių kiekvienam atskirai ir visiems kartu gyventi visavertiškiau (Freire, 2000). P. Freire savo darbuose rėmėsi XX a. 7 dešimtmečio Brazilijos realybe, kuri pasižymėjo priespauda, skurdu, nelygybe, todėl jo moksliniuose darbuose svarbią vietą užima valdžios, socialinės kontrolės klausimai, kadangi valdžia persmelkia visus visuomeninio gyvenimo aspektus, taip pat ir mokymo(si) sąveiką. P. Freire (2000) manymu, švietimas kaip institucija, valdžios atžvilgiu niekada nėra ir net negali būti neutralus, kadangi jis arba: siekia perduoti dominuojančiųjų vertybes ir priimti egzistuojančią tvarką, arba skatina žmones kritiškai reflektuoti socialinę tikrovę, taip pasirengiant veiklai, socialinei kaitai, siekiant kurti visuomenę, kuri būtų priimtinesnė bei lygiateisiškesnė.

P. Freire (2000) aiškiai apibrėžia bankinį, tradicinį ugdymą ir problemų sprendimu besiremiantį švietimą. Savo žymiajame veikle „Engiamųjų pedagogika“ jis pateikia bankinio ugdymo sampratą ir veikimo būdus. P. Freire (2000) teigimu, švietimas tampa saugojimo veikla, kurioje moksleiviai atlieka saugyklos vaidmenį, o mokytojai – depozitoriaus. Vietoj komunikacijos mokytojas transliuoja įvairias žinutes ir „krauna indėlius“, kuriuos ugdytiniai kantriai perima, įsimena ir atkartoja. Bankiniame ugdyme ugdytojas tampa pranašesniu (ugdytinių atžvilgiu), viską žinančiu specialistu, o mokiniai – žemesnio sluoksnio bei intelekto atstovais. P. Freire (2000) manymu bankinis ugdymas gali iki minimumo susilpninti arba visai sunaikinti ugdytinių *kūrybines galias* – jis skatina bejėgiškumą, lengvatikystę bei prisitaikymą. Pedagogo manymu, pasaulis su kuriuo individas susijęs, nėra uždaras ir statiškas, nėra duotosios tikrovės, kurią žmogus turi priimti ir prie kurios turi prisitaikyti. Pagrindinis tikslas yra *išugdyti laisvą subjektą*, kuris dalyvaudamas visuomeniniame gyvenime, jį keistų. Bet kuri situacija, kai A engia B arba trukdo (jam ar jai) siekti būti atsakingu asmeniu, yra priespauda (Freire 2000). Jeigu mokymosi procese A – ugdytojas tik išdėstys savo dalyko teorinį aspektą B – ugdytiniui, tai tokioje situacijoje bus trukdomas individo ontologinis ir istorinis pašaukimas „iš tikrųjų būti žmogumi“ (Freire, 2000).

P. Freire (2000) teigia, kad ugdytojo ir ugdytinio santykiai iš esmės yra pasakomojo pobūdžio. Ugdytojas kalba apie tikrovę, tarsi ji būtų nekintama, statiška, lengvai nuspėjama. Jo uždavinys yra pripildyti individus savo pasakojimo turiniu – atsijusio nuo tikrovės, atskiro nuo jį sudarančios ir jam

prasmę suteikiančios visumos. Toks ugdytas palaiko *nedialogiškumą* tarp mokytojo ir ugdytinio, kuris išskiriamas (Freire, 2000): 1) mokytojas moko, o mokiniai yra mokomi. 2) Mokytojas žino viską, o mokiniai nieko nežino. 3) Mokytojas mąsto, o už mokinius galvoja kiti. 4) Mokytojas kalba, o mokiniai tylėdami klausosi. 5) Mokytojas veikia, o mokiniams mokytojo veikla sukuria veikimo iliuziją. 6) Mokytojas pasirenka programos turinį, o mokiniai (su kuriais nebuvo tartasi) jį priima. 7) Mokytojas drausmina, o mokiniai yra drausminami. 8) Mokytojas yra mokymosi proceso subjektas, o mokiniai yra tik objektai.

Pasak P. Freire, mokydamiesi žmonės turėtų *emancipuotis*, t. y. laisvėti: žmonėms susiformuoti reikia ne tylos, bet žodžio, darbo, veiklos ir refleksijos. P. Freire (2000) įsitikinimu, kiekvienas individas dialogiškai bendraudamas su kitais žmonėmis gali kritiškai pažvelgti į supantį pasaulį. *Dialogas ir reflektavimas* sudaro prielaidas įvardyti *asmenines patirtis* ir jas konceptualizuoti. P. Freire (2000) manymu, individas gali plėtoti *kritinę sąmonę* megzdamas dialogą ir komunikuodamas. Aiškindamas refleksijos svarbą veiklos procese, pedagogas nurodo *refleksijos tikslą*: sąmoningai kaupti tolesnę patirtį. *Kritinės pedagogikos požiūriu*, tyrinėjant socialinę tikrovę, svarbu išgirsti kiekvieno *individo balsą*. Svarbu pažymėti, kad dialogas ne tik su kitais, bet ir su pačiu savimi keičia žmogaus sąmonę – ji pasidaro judri (Freire, 2000).

P. Freire *transformuojančio mokymosi teorijoje* (angl. *transformative learning theory*) orientuojamasi ne į informacijos perdavimą, o į prielaidų, reikalingų asmens sąmonėjimui, kūrimą. *Socialiniu – emancipaciniu požiūriu* grindžiama P. Freire (1970) transformuojančio ir išlaisvinančio mokymosi teorija edukologijos mokslinėje literatūroje pristatoma, kaip žmogaus „būties šauksmo“ išlaisvinimas, atkreipiamas dėmesys į žmones, kurie būdami visuomenėje ilgą laiką buvo bebalsiai. Individo sugebėjimas kalbėti apie savo įvairias problemas bei patirtis siejamas su kritinės sąmonės vystymosi pradžia (Freire 1970). Išskiriami *trys kritinės sąmonės vystymosi etapai* (Freire 1970): 1) *pusiaunejudrumo* (semitranzityvinė), t. y. kai sąmonė yra pusiau nejudri, suvokimas yra ribotas, individas atsiriboja nuo išorinio pasaulio, mintys koncentruojamos tik fiziniam išgyvenimui. 2) *Naivumo* (naivaus tranzityvumo), t. y. naivios sąmonės žmonėms būdingas žavėjimasis nerealiu tikrovės išaiškinimu (pvz., mistiniu, išgalvotu), problemų supaprastinimu, praeities nostalgija, negebėjimu įvertinti kito žmogaus galimybių, dažniau priimtina polemika, o ne dialogas. 3) *Kritiškumo*, kai kritinė sąmonė reiškia užbaigtą vystymąsi, individams būdingas jautrumas dialogui, sugebėjimas komunikuoti, interpretavimas, problemų suvokimas, savo atradimų, minčių, poelgių analizė ir pan.

*Sąmoningumas*, arba *conscientizacao*, reiškia mokymąsi suvokti socialinius, politinius ir ekonominius prieštaravimus ir engimo santykius bei imtis veiksmų prieš engiančios tikrovės elementus (Freire, 2000). Sąmoningumas yra kritinės sąmonės plėtotė. Teigiama (Johnson – Hunter, Risku, 2003),

kad P. Freire kritinio mąstymo teorijoje dialogas ir įtrauktų žmonių veikla atlieka esminį vaidmenį, nes ne tik gaunama informacija, bet ir didinamas dalyvių sąmoningumas. 14 – 15 metų paauglės merginos, palaikydamos dialogą savęs, savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose tema, turi galimybę ne tik įvardyti savo ir išgirsti kitų patirtis, tačiau ir susivokti, kad seksualių, erotiškų asmeninių nuotraukų viešinimas internete, kelia grėsmę jų pačių saugumui, nes internetu patiriama emocinė žala gali būti didesnė nei patiriama realiai bendraujant (pvz., bendravimas internetu vyksta 24 val. per parą ir pan.). Palaikydamos dialogą ir reflektuodamos, 14 – 15 metų paauglės merginos ugdo savo kritinį internetinių socialinių pažinčių tinklapių suvokimą, atpažindamos grėsmes ir projektuodamos prevencijos galimybes. P. Freire (2000) teigia, kad nėra tikro žodžio, kuris tuo metu nebūtų ir praktika, taigi sakyti tikrus žodžius reiškia pertvarkyti pasaulį. Užsidariusio individo prakalbėjimas socialinėje emancipacinėje transformuojančio mokymosi teorijoje yra įvertinamas, kaip reikšmingas ir svarbus žingsnis asmenybei vystytis. P. Freire „tylos kultūros“ terminu įvardija engiamų, nutildytų žmonių gyvenimą. *Žodis, dialogas ir reflektavimas* yra tylėjimo kultūros (kalbant apie tabu temas) įveikimo priemonės, kurios tampa transformuojančio, išlaisvinančio (angl. *liberating education*) bei išsivaduojančio mokymosi (angl. *emancipatory learning*) mokymosi bei sąmoningumo ugdymo dalimi.

Jei P. Freire socialine – emancipacine teorija remiamasi pedagoginiame darbe, ugdytinių savivarbos stiprinimas išlaisvina asmenybę ir leidžia daugiau pasitikėti savimi. P. Freire kalbėdamas apie įgalinimo siekius teigia, kad ugdymas yra sėkmingas tik tuo atveju, jei mokytojas ir mokinys yra lygūs partneriai ir kritiškai mąsto kartu. Individo prakalbėjimas yra sietinas su kritinės sąmonės vystymosi pradžia, o ugdytinių domėjimasis ar teisingai jie supranta savo santykius realioje ir/ar internetinėje erdvėje, o taip pat didėjanti tolerancija kitų žmonių nuomonei yra siejama su augančiu sąmoningumu. *Įgalinimas* prasideda, kai individas pats apibrėžia savo siekius, tikslus, poreikius bei prisiima už savo veiksmus ir poelgius atsakomybę. Svarbi ir žmogų supanti bendruomenė, kurios dėka stiprinami žmogaus gebėjimai. P. Freire pedagogikoje individo įgalinimo koncepcija, nagrinėjama socialinio dalyvavimo – proveržio paradigmoje, yra neatsiejama nuo individo sąmonėjimo proceso.

P. Freire (2000) socialinėje emancipacinėje transformuojančio mokymosi teorijoje *individas ir visuomenė neatskiriami*: socialinė tikrovė suprantama kaip žmogaus gyvenamoji vieta, kurioje laisvėdamas asmuo keičia visuomenę. P. Freire pedagoginėje teorijoje akcentuojama pagarba žmogui, orientacija į asmens laisvę ir vystymąsi, humanistiniai, absoliučia lygiava ir partneryste grindžiami ugdytinio ir ugdytojo santykiai. Lygiavos ir partnerystės principai sudaro prielaidas pažemintam asmeniui išdrįsti prakalbėti apie asmenines gyvenimo problemas, o tai leidžia ugdytis *bendruomeniškumo jausmą* (Freire, 2000).

P. Freire transformuojančio mokymosi teorijoje dėmesys skiriamas ne į informacijos perdavimą, o į prielaidų, reikalingų individo sąmonėjimui, kūrimą. Sąmonėjimas apima visos individo patirties tyrimą, naujo supratimo įgijimą bei naujų požiūrių apmąstymą. Dialogu pagrįstame mokymosi procese nesiekama daryti poveikį besimokančiajam, o kartu svarstoma, kokios priežastys neleidžia siekti užsibrėžtų tikslų, kas trukdo jaustis savarankiškam, atsakingam už save, kokių problemų nepavyksta išspręsti realioje socialinėje (ar virtualioje) aplinkoje.

Brazilų pedagogo P. Freire teorinis indėlis į edukacinę praktiką yra ryškus ir svarbus. P. Freire pavardė yra labai dažnai cituojama mokslininkų darbuose, ypatingai Lotynų Amerikoje, Azijoje, Afrikoje. Jo teorija sulaukia ir nemenkai kritikos, kritikuojamas problemų supaprastinimas bei dichotomijų išryškėjimas (pvz., engėjas – engiamasis). P. Freire teorijos kritikai pabrėžia, kad reiškinių supaprastinimas neleidžia plėtotis asmens kūrybingumui, reikalaujančiam priešybių supratimo, pagarbos sudėtingumui ir tolerancijai (Schipani, 1984).

### 3. 2. Kiti požiūriai į transformuojantį mokymą

Analizuojančių transformuojantį mokymą asmens tolesnio gyvenimo perspektyvos požiūriu, dauguma tyrinėtojų pažymi, kad asmenybės transformacijos yra ilgalaikis ir negrįžtamas procesas.

Perspektyvos transformacijos šalininkas **J. Mezirow** (2000) teigia, kad *transformuojantis mokymasis vyksta keturiais būdais*: 1) toliau plėtojant egzistuojančias pažiūrų sistemas (angl. *frames of reference*), 2) įsisavinant naujas pažiūrų sistemas, 3) transformuojant požiūrį, 4) keičiant mąstymo įpročius (Mezirow and Associates, 2000). J. Mezirow transformuojančio mokymosi teorijoje mokymasis pirmiausiai suprantamas, kaip procesas, kurio metu pirminiai patirties suvokimo konstruktai yra panaudojami naujiems individo patirties reikšmių konstruktais, atveriantiems kitą ateities sociokultūrinę perspektyvą (Mezirow, 1997). Ugdomosi metu yra analizuojami, naujai suprantami, peržiūrimi bei kritiškai įvertinami požiūriai į praeitį. Mokyti paskatina įvairūs asmeniniai įvykiai, sukrečiantys individo gyvenimą, priverčiantys suvokti, kad toliau nebeįmanoma gyventi taip, kaip buvo gyventa. J. Mezirow vartojo „*dezorientuojančios dilemos*“ sąvoką. Pavyzdžiui, paaugliui nuolat patiriančiam internetines patyčias ar priekabiavimą, gyvenimiškoji „dezorientuojanti dilema“ – nebegalėjimas grįžti į ankstesnę virtualaus bendravimo padėtį dėl priešiško internetinės bendruomenės požiūrio.

J. Mezirow teorijoje mokymasis yra suprantamas kaip *racionalus procesas*, o individo patirtis nagrinėjama sociokultūros kontekste. Esminės *mokymosi charakteristikos* yra: 1) centre – patirtis, 2) kritinė refleksija (Mezirow and Associates, 2000). *Kritinę refleksiją* apibūdina trys refleksijos tipai: 1)

analizuojama individo asmeninė, išgyventa patirtis, t. y. turinio refleksija. 2) Tiriama, kokia tos individo patirties prasmė, t. y. proceso refleksija. 3) Analizuojama, kokios prielaidos, įsitikinimai lėmė būtent tokią patirtį, t. y. analizuojanti refleksija (Mezirow and Associates, 2000). J. Mezirow manymu, individo nesavarankiškumas ir priklausomybė nuo kitų žmonių, beviltiškumas, žemas savęs vertinimas mažėja kritinės refleksijos metu. Mokslininkas įvardina grėsmę, kad uždaro būdo, užsisklendusiam individui sudėtinga refleksyviai mąstyti ir įsitraukti į dialogą. Būtina sėkmingos refleksijos sąlyga yra individo gebėjimas reaguoti į supančią socialinę aplinką, nebijoti išgyventų prisiminimų (pvz. internetinių patyčių patirtis), sugebėti apie jausmus ir emocijas kalbėti.

**J. Dirkx** analizavo ir apibendrinio P. Freire ir J. Mezirow teorinį indėlį. J. Dirkx (1998) akcentuoja dvasinės individo patirties svarbą naujų vidinių galimybių atradimui, kreipia dėmesį į emocijų poveikį vaizdiniams kurti. Mokslininkas teigė, kad ypatingai svarbu ugdytojui atkreipti dėmesį į besimokančiojo emocijas, pojūčius, vaizdinius, simbolizuojančius vidinius išgyvenimus, ateities viziją. Psichoanalizinį ir kultūrinį dvasinį požiūrį į mokymą(si) suartina ne tik dėmesys analitinei psichologijai (C. Jungo), bet ir vientisa mokymosi samprata, kūno reikšmės, emocijų pripažinimas mokymosi procesui ir rezultatams (Dirkx, 1998). Dėmesys kūno pojūčiams mažina besimokančiojo nerimą, padeda atrasti vidinius resursus, objektyviai įvertinti patirtus išgyvenimus, skatina individo spontaniškumą ir neišspręstas problemas, kurias naujai analizuojant atrandamas požiūris į vieną ar kitą reiškinį. Pavyzdžiui J. Mezirow (1997) perspektyvos transformacijos požiūriu grindžiamoje transformuojančio mokymosi teorijoje neįvertinamas kūnas, emocijos.

J. Dirkx (1998) akcentuoja ir tai, kad ugdytojas turi elgtis taip, kad mokiniai galėtų įvardyti savo emocijas ar jausmus, kuriuos jie patiria atlikdami įvairias užduotis (per užsiėmimus klasėje ar auditorijoje), o tai gali užtikrinti tik *empatiškas ugdytojas*, didelį dėmesį kreipdamas į santykių kokybę. Kad bendravimas būtų betarpiškas, atviras, pasitikintis, tam turi būti sukurtos sąlygos (Dirkx, 1998). J. Dirkx (1998) tokias sąlygas vadina „*mokymosi klimatu*“, kuriose individai gali atvirai ir nuoširdžiai dalytis asmenine informacija, savo jausmais bei patirtimi. Galima teigti, kad mokymosi aplinka turi būti *psichologiškai saugi* ir ugdytojas privalo tai užtikrinti. J. Dirkx akcentuoja dvasinės individo patirties svarbą naujų vidinių galimybių atradimui.

## **4. 14 – 15 METŲ PAAUGLIŲ MERGAIČIŲ SAVĖS, SAVO KŪNO PATEIKIMO SOCIALINIUISE PAŽINČIŲ TINKLAPIUISE, TYRIMO METODOLOGIJA**

### **4. 1. Empirinio tyrimo struktūra ir pagrindimas multimetodologiniu apseku**

Siekiant išanalizuoti 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose, pasirinktas kokybinis tyrimas. Kokybinis tyrimas apdorota informacija leidžia suvokti ir pažvelgti į problemas per kitokią prizmę. Kokybinis tyrimas, priešingai kiekybiniam, siekia nereprezentuoti visą populiaciją, o visapusiškai suprasti tiriamąjį fenomeną (Leonavičius, 2004). Kokybinio tyrimo tikslas yra suprasti asmenį, motyvus, jo elgesį ir jautimus bei fizinės, socialinės ir psichologinės aplinkos poveikį jam (Kardelis, 2005). Kokybinis tyrimas pabrėžia tyrėjo siekį interpretuoti socialinių pažinčių tinklapių reiškinis tomis prasmėmis, kurias jam suteikia tiriami žmonės, t. y. 14 – 15 metų paauglės. Šis tyrimas nereikalauja didelių materialinių sąnaudų, leidžia praplėsti tiriamą problemą, nagrinėti ją platesniu aspektu, leidžia matyti reiškinio vystymosi dinamiką, leidžia gauti įvairiapusę informaciją, prisideda prie teorijos kūrimo, kai ji nėra išplėtotą, kai ji tik kuriama (Tidikis, 2003; Creswell, 1998).

Kokybinis tyrimas apibūdinamas kaip sistemingas, nestruktūrizuotas atvejo ar individų grupės, situacijos ar įvykio tyrimas natūralioje aplinkoje, siekiant suprasti tiriamuosius reiškinis bei pateikti interpretacinį, holistinį jų paaiškinimą (Kardelis, 2005; Tidikis, 2003). Kokybiniam tyrime tyrėjas savo dėmesį koncentruoja į subjektą, jo veiksmus, kasdienę patirtį ir sąveiką su kitais žmonėmis, išreikštą žodžiais, pasisakymais, pasakojimais apie savo gyvenimą (Tidikis, 2003).

G. Šaparnis (2000) teigia, kad kokybinis tyrimas suteikia tyrėjui „lankstumo“, leidžia pasinaudoti duomenų įvairove ir tokiu būdu gauti reikšmingų rezultatų. Kokybinis tyrimas leidžia iškelti geresnes, ilgalaikes teorijas, kadangi jos formuluojamos remiantis faktiniais duomenimis. Šis metodas nagrinėja platesnius, sudėtingesnius klausimus, kurie yra svarbūs edukologiniams ir socialiniams mokslams. Jeigu kiekybiniuose tyrimuose tyrėjas, prieš pradėdamas tyrimą, remiasi tam tikra koncepcija, hipotezėmis, kurias reikia patikrinti, matavimo priemonėmis, kuriomis numato išmatuoti daugybę objektų, požymių, įvykių reikšmę, tai pasirinkęs kokybinius metodus, jis pradeda tyrimą remdamasis savo socialine ir tyrėjo patirtimi, tik išankstinėmis žiniomis apie objektą ir turi tikslą pažinti vykstančius procesus tikrovėje, o po to šią išaiškintą realybę teoriškai analizuoti (Tidikis, 2003; Maxwell, 1996).

Kokybinių tyrimų gilumo ir atvirumo dėka galima generuoti naujas teorijas, idėjas, pažinti reiškinis, kurie iki tol buvo mažai tyrinėti, todėl tai viena iš pagrindinių šio kokybinio tyrimo

pasirinkimo priešasčių. Tai pat kokybinis tyrimas padeda pamatyti pasaulį tokį, kokį mato tiriamieji, t. y. 14 – 15 metų paauglės, o ne tyrėjas. Kokybiniai tyrimai, nebūdami priklausomi nuo hipotezių, pasižymi lankstumu (Kardelis, 2005).

*Kokybinio tyrimo trūkumai.* V. Žydžiūnaitė (2007) ir R. Tidikis (2003) skiria tokius kokybinio tyrimo trūkumus: daug duomenų, kuriuos sunku susisteminti, tendencija perdėtai reaguoti arba nereaguoti į naują informaciją, daug neapibrėžtumo, reprezentatyvumo stygius, rezultatų apibendrinimo problema, didelės laiko ir intelektinės sąnaudos. N. Paulauskaitė (1996) taip pat pastebi menką reprezentatyvumo ir apibendrinamumo metodologinę tyrimų problemą. B. Bitinas, L. Rupšienė ir V. Žydžiūnaitė (2008) teigia, jog kokybinio tyrimo atveju pagrindinė problema yra ne tiek kokybinio tyrimo rezultatų kalbinė raiška, kiek rezultatų įprasminimas, jų įtvirtinimas jau mokslui žinomų teiginių aibėje.

#### **4. 1. 1. I etapas – diskusinė focus grupės tyrimas**

*Pirmame tyrimo etape* pasirinktas grupinės diskusijos metodas. Grupinės diskusijos metodas (angl. *focus group*) priskiriamas prie grupinio interviu metodų, kurie taikomi, siekiant gauti kokybinių duomenų, atliekant kokybinius tyrimus (Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008). „Fokusuotas“ reiškia, kad toks pokalbis yra sutelktas į vieną ar kelis pagrindinius tyrimo klausimus. *Focus grupės metodo bruožai:* nedidelis dalyvių skaičius (tiriamųjų grupės dydis nėra griežtai reglamentuotas, dažniausiai nuo 5 iki 12 žmonių), focus grupės dalyviai atrenkami pagal bendrą požymį (patirtį, amžių, interesus, sociodemografinę charakteristiką ir pan.). Duomenų kokybiškumas pagrįstas grupės dinamiškumu: kokybiškų duomenų nepavyktų gauti jei grupė nebūtų dinamiška ir nesąveikautų, t.y. grupės narių pateikti duomenys yra išsamesni, lyginant su individualiuoju giluminiu interviu gautais duomenimis, kiekvienas focus grupės dalyvis yra skatinamas išsakyti savo nuomonę tiriamuoju klausimu, diskusinės grupės moderatorius yra tyrėjas, jis užtikrina, kad būtų laikomasi interviu plano (Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008).

Pasirinktas focus grupės metodas suteikia galimybę kalbėti apie ypač jautrias paaugliams temas: įvairias įtakas (masinės medijos, bendraamžių, suaugusiųjų ir pan.) konstruojant savąjį tapatumą, savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose, bendravimą virtualioje aplinkoje, galimas patyčias, priekabiavimus ir kt. Flick (2006) teigia, kad fokus grupės metodas tinka atskleidžiant su tabu temomis susijusią informaciją. Paaugliui kalbėtis savo bendraamžių tarpe yra kur kas drąsiau, nei kalbėti individualaus interviu metu. Atsiradus daugiau stimulų, skatinama įsitraukti ir



kitus grupės narius į diskusiją, kiekvienam permąstant savo prieš tai įgytas patirtis ir dažnai, spontaniškai pradėdant naujas diskusijas.

Mokslininkas Johnson (1996) žiūrėdamas iš kritinės realistinės perspektyvos teigia, kad focus grupė ypač pasižymi *edukaciniu poveikiu*, nes dalyviai ne tik suteikia tyrėjui reikiamos informacijos, bet ir patys keičiasi tyrimo metu įvairia informacija, t. y. dalijantis savo ir išklausančių kitų patirtį kinta focus grupės dalyvių suvokimas. Focus grupės metodas leidžia tyrėjui pamatyti kaip grupės nariai reaguoja į vienas kito vertinimus, požiūrius, pasisakymus, kaip sąveikos metu konstruoja bendrą žinojimą.

Focus grupinėje diskusijoje, priešingai nei individualaus interviu metu, kuomet klausimą seka atsakymas, atsiranda daugiau stimulų skatinančių diskusiją, verčiančių jos dalyvius iš naujo, kitų pasisakymų kontekste, permąstyti ar pakoreguoti savo idėjas, apmąstymus bei patirtis. Anot A. Bryman (2004) *argumentavimo procesas* leidžia tyrėjui išgauti realias nuomones, nes dalyviai yra priversti apgalvoti ir pasverti savo pasisakymus, o galbūt ir pakeisti turėtą nuomonę. Mokslininkas T. A. Schwandt (2000) teigia kad, focus grupės metu realybė yra kuriama dalyvių ir jos konstravimas skiriasi priklausomai nuo to, iš kieno perspektyvos ji yra apibrėžiama bei apibūdinama. Konstruktyvistinės paradigmos šalininkai Y. S. Lincoln ir E. G. Guba (2000) teigia, kad *konstruktyvistinis požiūris*, tiek tyrėjo, tiek ir tyrimo dalyvio vertybės įtakoja ir pertvarko tyrimo procesą. Realybė yra socialiai konstruojama, nėra vienos tiesos ir vieno požiūrio. Pasikeičia ir tyrėjo, t. y. focus grupės moderatoriaus pozicija – iš visą žinančio eksperto jis tampa vienu iš grupinės diskusijos dalimi ir padeda išlaisvinti dalyvių žinojimą, konstruojat bendrą realybę. Kiekvienas focus grupės dalyvis pateikia *autentišką žinojimą*, atskleisdamas subjektyvų požiūrį (Vandzinskaitė, Ruškus, 2008). Autentiškų dalyvių balsų, nuomonių, požiūrių, vertybių išryškinimas realybės konstravimo procese yra *konstruktyvizmo paradigmos* (Freire, 1998; Lincoln, Guba, 2000) bei *kritinės pedagogikos* (Freire, 1982, 2000) požymis. Šias teorijas vienija – *balso samprata*, t. y. žinojimo, subjektyvaus požiūrio vaidmuo realybės suvokime, generuojant bendrą žinojimą. Žiūrint iš šių perspektyvų, tyrimo validumas priklauso nuo to, ar tyrinėjant socialinę tikrovę yra atsižvelgiama į tyrimo dalyvių *autentišką žinojimą*.

Anot S. Wilkinson (1998) focus grupės metodas suteikia tyrėjui galimybę tyrinėti būdus kaip grupės dalyviai kolektyviai įprasmina tam tikrą reiškinį ar fenomeną. Tai yra centrinis simbolinio interakcionizmo principas, pabrėžiantis, jog socialinio fenomeno suvokimo – sąvokų išskyrimo ir apibrėžimo – procesas nėra vienas nuo kito izoliuotų individų veikla, nes bendras suvokimas atsiranda sąveikoje, diskusijoje su kitu metu (Vandzinskaitė, Ruškus, 2008). Apibendrinant, focus grupė atspindi įprastą kasdienį stebimos realybės procesą, dėl to focus grupė savo diskusijos forma yra artima natūralioms prasmų konstravimo sąlygoms.

*Konstruktivistiniu požiūriu* žinojimas atsiranda žmogaus veiklos, jo suvokimo ir jį supančios socialinės aplinkos sandūroje. Pasak P. Freire (1982) socialiniuose moksluose realybė yra dažnai suvokiama kaip tam tikrų objektyviai egzistuojančių faktų visuma, tačiau jis siūlo atkreipti dėmesį į tai, jog realybė yra sudaryta ne tik iš konkrečių faktų, bet taip pat iš būdų kaip žmonės sąveikauja ir suvokia tuos faktus. Šiuo atveju, konkreti realybė yra objektyvumo ir subjektyvumo susijungimas, nes objektyvumas niekada nėra izoliuotas nuo subjektyvumo (Freire, 1982).

P. Freire (2000) pabrėžia, kad veikla yra žmogiška tik tuomet, kai ja ne vien užimama, bet ir rūpinamasi, t. y., kai ji nėra atskirta nuo refleksijos. Aiškindamas refleksijos svarbą veiklos procese, pedagogas nurodo *refleksijos tikslą*: sąmoningai kaupti tolesnę patirtį. Kritinės pedagogikos požiūriu analizuojant socialinių pažinčių tinklapių reiškinių, svarbu išgirsti kiekvieno tyrimo *dalyvio balsą*. Anot P. Freire (1982), kiekvienas žmogus, nepaisant jo amžiaus, išsilavinimo, užimamos socialinės nišos, gali kritiškai žvelgti į pasaulį įsitraukiant į dialogą su kitais. Freire teigia, kad galia slypi tame, jog *engiamieji* gali suteikti autentišką supratimą ir perspektyvą siekiant išsilaisvinti iš neteisingos socialinės struktūros. Remiantis P. Freire požiūriu, ugdytojai, kurie neįtraukia engiamųjų į dialogą, jie tik tarnauja dominuojančioms struktūroms. Taikant focus grupės metodą nei viena iš pozicijų, kaip ir paties tyrėjo, netampa dominuojanči, t. y. iš tyrimo organizatoriaus atimama galimybė socialinius reiškinius aiškinti vien tik iš teorinės perspektyvos. Focus grupės metodas, vertinant 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinkaliuose, užtikrina *žinių demokratizavimo principą* (Benson, Harkavy, 1998, 2000; Harkavy, 2004), nes ir focus grupės dalyviai bei tyrimo organizatorė, kaip lygiaverčiai diskusijos dalyviai, įgalinami stiprinti sugebėjimą kritiškai suvokti socialinių pažinčių tinklapių viktimizacijos grėsmes, atsižvelgiant į kiekvieno focus grupės dalyvio individualią patirtį. Focus grupės metu vyksta *edukacinis poveikis*: ir tyrėja, ir tiriamieji ugdomi tiek akademiniai, tiek asmeniniai lygmeniu (naujos žinios ir patirtys, gebėjimai reikšti mintis ir apginti savo nuomonę, įžvelgti prasmingus dalykus ir naujai konstruoti tikrovę).

**Pasirinktas pusiau struktūruotas tiriamasis interviu** (žr. 3 priedą, 110 puslapis). Fokus grupės interviu pagrindas ir objektas yra savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose. Pasirinkta pusiau laisva pokalbio struktūra – *pusiau struktūruotas tiriamasis interviu* su laisvai formuojamais atsakymais, kur neribojamas nei turinys, nei forma (Tidikis, 2003; Kardelis, 2005; Girdzijauskienė, 2006; Luobikienė, 2009). *Pokalbio objektui keliami reikalavimai* (Girdzijauskienė, 2006; Dilley, 2004): 1) *Apimtis*. Analizuojamas objektas turi būti pakankamai platus, kad sudarytų galimybę fokus grupės dalyviams sureaguoti į situaciją, dirgiklį. 2) *Specifiškumas*. Temos ir užduodami klausimai turi būti ne bendro pobūdžio, bet atskleidžiantys fokus grupės dalyvių jausmus ir mintis, susijusius su pateikta situacija, su nagrinėjamu objektu. 3) *Gilumas*. Fokus grupės dalyvėms turi būti

sudarytos sąlygos ir galimybės išreikšti savo emocinę, kognityvinę, vertybinę pozicijas susijusias su analizuojamu objektu. 4) *Asmeninis santykis*. Tyrėjas klausimais stengiasi atskleisti fokus grupės dalyvių asmeninį patyrimą, padedantį suprasti tiriamą reiškinį. Klausinėjant fokus grupės dalyves sukuriamas neformalus dialogas, todėl susidaro laisvesnė aplinka, leidžianti laisviau dalintis asmenine patirtimi.

**Focus grupės medžiagos analizei** naudota *teminė analizė* (Stone 1997; Glaser, 1997) išskiriant esmines ir antrines kategorijas. Išskirtos tiriamojo lauko kategorijos, pagrindžiamos teksto analizės (angl. *content analysis*) duomenimis.

**Focus grupei naudota homogeninių atvejų atranka.** Ši atranka yra ypač veiksminga, kai tyrėjas taiko grupinę diskusiją, kaip duomenų rinkimo metodą. Tyrimo dalyviai visada geriau jaučiasi, jei priklauso tam pačiam socialiniam sluoksniui ir turi tam tikrų panašumų, o tai padeda tyrėjui gauti kokybiškesnius duomenis (Rupšienė, 2007; Tidikis, 2003; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008). Focus grupės tyrimui pasirinktos Šiaulių Juventos progimnazijos moksleivės. Tyrimo grupę sudarė 6 – 8 moksleivės, dalyvių amžius 14 – 15 metų. Siekiant homogeniškumo, grupės narės buvo parenkamos iš vienos klasės, to paties amžiaus ir lyties. Buvo išsakyta ir užtikrinta jų pačių apsisprendimo teisė dalyvauti arba nedalyvauti grupinėje diskusijoje.

**Pasirenkant mokyklą** taikyta *patogioji atranka* (Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008), nes mokyklos direktorius tyrėjai yra pažįstamas ir geranoriškai sutiko, kad mokykloje būtų vykdomas focus grupės tyrimas. Šiaulių Juventos progimnazija pasirinkta ir dėl veiklos bei ugdymo tikslų: plėtoti dvasines, intelektines ir fizines asmens galias, ugdyti kūrybingą, atsakingą pilietį, įgijusį kompetencijų, būtinų sėkmingai socialinei integracijai.

**Tyrimo imtis.** Tyrimas atliktas 2011 m. lapkričio – 2012 m. vasario mėnesiais. Buvo suorganizuoti 6 fokus grupės susitikimai. Tyrime dalyvavo 6 – 8 14 – 15 metų Šiaulių Juventos progimnazijos moksleivės. Vidutinė susitikimų trukmė – 2 valandos.

**Tyrimo etikos principai.** Vykdam tyrimą buvo vadovautasi etikos principais (Kardelis, 2002; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008; Oberle, 2002; Kumar 2005): 1) *Tyrimo dalyvių laisvas apsisprendimas dalyvauti grupinėje diskusijoje.* Realizuotos trys fazės, būtinos atliekant tyrimą, kuriame dalyvauja nepilnamečiai vaikai: *Pirma fazė:* buvo konsultuojamasi su suaugusiaisiais, atsakingais už moksleivius, – Šiaulių Juventos progimnazijos direktoriumi, etikos mokytoja, socialine pedagoge. *Antra fazė.* Kreipimasis į pačius vaikus. Moksleiviams buvo pristatytas tyrimo objektas, tikslas, metodai, uždaviniai bei kokios temos bus paliečiamos kalbant apie 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose. Susitikimo su dalyviais metu išsakyta ir užtikrinta jų pačių apsisprendimo teisė dalyvauti arba nedalyvauti grupinėje diskusijoje.

*Trečia fazė: gautas tėvų / globėjų leidimas bei raštiškas sutikimas vaikams dalyvauti grupinėje diskusijoje. 2) Tyrimo dokumentų konfidencialumas ir tiriamųjų anonimiškumas.* Tyrimo metu užtikrintas dalyvavusių privatumas ir anonimiškumas, tuo tikslu, pristatant tyrimo duomenis, buvo pakeisti tyrimo dalyvių vardų inicialai. Tyrėja užtikrino grupės dalyves, jog jų pateikta informacija nebus panaudota prieš juos bei atskleista tretiesiems asmenims. Tyrimo dalyvių sąrašais, įrašais (į diktofoną) disponuoja tik tyrėja informacijos analizės ir interpretavimo tikslais. 3) *Tyrimo dalyvių teisė žinoti, kas bus daroma su tyrimo metu gautais duomenimis.* Įvadinėje, tyrimo pristatymo dalyje, buvo pateikta trumpa informacija apie tyrimą, jo tikslą, naudą, t. y. kad dalyvavimas tyrime ir pateikta informacija yra naudinga tiriamiesiems asmeniškai, o surinkta informacija bus naudojama tik magistriniame darbe. 4) *Tyrimo dalyvių orumo ir pagarbos jiems išlaikymo.* Grupinės diskusijos duomenys buvo renkami apsaugojant tiriamuosius nuo psichologinio pažeidžiamumo, o analizuojant gautus duomenis laikytasi pagarbos principo. Grupinėje diskusijoje dalyvavusių tiriamųjų patirtis, atsakymai į klausimus, jų mintys ir supratimas buvo gerbtinas ir priimamas kaip unikali patirtis.

#### **Focus grupės metodo pasirinkimo pagrindimas.**

1. Focus grupės metu yra kuriamos prasmės, reflektuojant *konstruojamas bendras proceso dalyvių žinojimas*, lyginamos to paties socialinio reiškinio (bendravimo virtualioje erdvėje) skirtingos patirtys. Grupinės sąveikos metu vyksta *edukacinis procesas*. Reflektuojamas ir apmąstomas savęs savo kūno pateikimas socialiuose pažinčių tinklapiuose, dalinamasi asmenine patirtimi ir šio proceso metu vyksta ugdymo procesas.
2. Kritinės pedagogikos požiūriu, tyrinėjant savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose, svarbu išgirsti kiekvieno *tyrimo dalyvio balsą*. Nei viena iš pozicijų, t. y. tyrėjas – tiriamieji, netampa dominuojanti, taip yra užtikrinamas *žinių demokratizavimo principas*.
3. Focus grupės dalyvių amžius yra 14 – 15 metų. Pagal raidos psichologiją, 14 – 15 metų paaugliai pereina iš ankstyvosios į viduriniąją paauglystės stadiją (Vaičiulienė, 2004;). Šiuo laikotarpiu paaugliams svarbus tapatybės formavimas (Žukauskienė, 2007), t. y. savęs suvokimas kaip asmenybės ir savęs suvokimas per kitus.

#### **4. 1. 2. II etapas – vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizė**

*Antrame tyrimo etape pasirinkta vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizė. Vaizdo dokumentais yra laikomi tie dokumentai, kuriuos galima matyti. M. Denscome (2003) ir B. Bitinas, L. Rupšienė, V. Žydžiūnaitė (2008) vaizdo dokumentus laiko nuotraukas, reklamas, rūbus, apyvokos daiktus, žmonių sukurtas fizinės aplinkas, kūno kalbą, kūno ženklus. Dauguma vaizdo dokumentų (nuotraukų, reklamų,*

piešinių ir pan.) galima vadinti artefaktais, t. y. žmonių padarytais. B. Bitinas, L. Rupšienė, V. Žydžiūnaitė (2008) teigia, kad kokybiniuose tyrimuose, iš vaizdo dokumentų, dažniausiai naudojamos nuotraukos. Nuotraukose, tyrėją domina dvejopo pobūdžio informacija (Denscombe, 2003; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008): 1) *ką reiškia tai, kas vaizduojama nuotraukose?* 2) *Koks yra vaizdo dokumento (nuotraukos) reprezentacijos kontekstas?*

Vaizdo dokumentų analizėje nuotraukos naudojamos kaip *stebėjimo faktų, socialinių reiškinių patvirtinimas*. Anot mokslininkų (Denscombe, 2003; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008), vaizdo dokumentų panaudojimas kokybiniuose tyrimuose yra ypač vertingas, nes vaizdo dokumentai turi savyje tai, ką žodžiais neįmanoma apsaityti. Nors ir galima žodžiais nupasakoti tai, kas pavaizduota nuotraukoje (veido išraiška, gestai, simboliai, aplinka), bet neįmanoma papasakoti apie vaizdą taip, kad jis visas būtų atkurtas (Denscombe, 2003).

**Atsirenkant vaizdo dokumentus (nuotraukas)** dėmesys buvo atkreipiamas į (Denscombe, 2003): 1) numatytą tikslinę auditoriją. 2) Nuotraukų autorių (lytis, amžius, socialinė padėtis ir pan.). 3) Vaizdinės medžiagos tikslą ir paskirtį. 4) Nuotraukose naudojami reikšminiai simboliai, ženklai (pvz., spalvos, įvairūs daiktai, rūbai, veido išraiška, kūno gestikuliacija ir pan.) 5) Vaizdinės medžiagos elemento kompozicija.

Analizuojant vaizdo dokumentus (nuotraukas) svarbu suprasti, kokia yra nuotraukų *pirminė paskirtis* ir *tikslas*. Pavyzdžiui, socialiniuose pažinčių tinklapiuose viešindamos seksualias ir provokuojančias nuotraukas, 14 – 15 metų mergaitės turi kažkokį tikslą (pvz., sulaukti tinklapio vartotojų dėmesio, populiarumo, įgyti daugiau draugų ir pan.). Mergaičių suplanuotas ir tinklapio vartotojo (nuotraukų žiūrėtojo) tikslai gali nesutapti. M. P. F Chimombo ir R. L Roseberry (1998) manymu, tikslas nėra vaizdo savybė, nuotrauka pati savaime neturi jokio tikslo. Tikslus turi arba juos supranta ir suvokia nuotraukų autorės (pvz., seksualias nuotraukas viešinančios 14 –15 metų paauglės mergaitės) bei vaizdinės medžiagos interpretatoriai (pvz. vyriškos lyties socialinių pažinčių tinklapių lankytojai).

**Vaizdo dokumentų (nuotraukų) medžiagos analizė.** Analizuojant vaizdo (nuotraukų) dokumentus naudotas *kontent analizės metodas* (angl. *content analysis*). Kontent analizės metodo esmė – nuotraukoje išskirti prasminius vienetus, tada suskaičiuoti jų vartojimo dažnį.

**Tyrimo imtis.** Nuotraukos atrinktos 2012 m. vasario mėnesį. Analizuojamos nuotraukos yra *asmeninės* (bet viešai paskelbtos), *lengvai ir laisvai prieinamos*. Išanalizuotos 14 –15 metų paauglių mergaičių individualių profilių 38 nuotraukos. Nuotraukos surinktos iš socialinių pažinčių tinklapių: facebook.com, one.lt, draugas.lt; ieškok.lt.

### **Vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizės metodo pasirinkimo pagrindimas.**

1. Tyrėjai analizuoti nuotraukas pasiūlė diskusinės focus grupės dalyvės. Nuotraukų atrankoje dalyvavo focus grupės, Šiaulių Juvento progimnazijos moksleivės ir tyrėja. Nuotraukos buvo atrenkamos pagal semantinius kriterijus (veido išraiška, kūno gestikuliacija, apranga, aplinka ir daiktai, seksualumas).
2. *Tyrėja yra fotografė*, pati daug domisi menine ir komercine fotografija. Kuria įvairius meninius projektus, fotografuoja asmenines, šeimos, įvairių švenčių fotosesijas. Į tyrėją kreipiasi paauglės prašydamos įgyvendinti, t. y. nufotografuoti įvairius jų sumanymus. Nepilnametės dažniausiai pageidaujama seksualių, provokuojančių bei erotiškų fotosesijų.

#### **4. 1. 3. III etapas – tiesioginis stebėjimas dalyvaujant**

*Trečiame tyrimo etape pasirinktas tiesioginis stebėjimas dalyvaujant* – tai kryptingai organizuotas socialinių reiškinių suvokimas (Kardelis, 2002; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008). Mokslinis stebėjimas yra tikslingai organizuotas procesas, kuris kontroliuojamas tyrime iškeltą hipotezę. Stebėjimo metodas tiesiogiai dalyvaujant, buvo nukreiptas į konkretų tikslą, *siekiant išsiaiškinti ar socialiniuose pažinčių tinklapiuose 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.*

**Stebėjimo metodo taikymas.** Tinkamai parengtas metodas gali tyrėjui suteikti vertingos informacijos, padedančios diagnozuoti bei prognozuoti socialinius procesus. Ypač reikšmingas stebėjimas elgsenos tyrimuose ir būtent tada, kai kitais tyrimo metodais to padaryti negalima.

**Reikalavimai stebėjimo metodui** (Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008): 1) stebėjimas turi būti nukreiptas į socialiai svarbias sritis, turėtų konkretų tikslą (kuo siauresnę). 2) Atliekamas sistemingai ir organizuotai, pagal iš anksto sudarytą planą. 3) Stebėjimas reikalauja surinkti kuo daugiau duomenų, faktų. 4) Rezultatai fiksuojami, užrašomi. 5) Analizuojant būtina vengti subjektyvių vertinimų, rezultatų analizė reikalauja objektyvumo.

**Tiesioginio stebėjimo dalyvaujant medžiagos analizei** naudota *teminė analizė* (Stone 1997; Glaser, 1997) išskiriant esmines ir antrines kategorijas. Išskirtos tiriamojo lauko kategorijos, pagrindžiamos teksto analizės duomenimis.

**Tyrimo imtis.** Tiesioginis stebėjimas dalyvaujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose one.lt ir draugas.lt vyko 2012 m. kovo – balandžio mėnesiais, tyrėja buvo prisiregistravusi 15 metų paaugle. Buvo siekiama ištirti koks savęs, savo kūno pateikimas yra populiarus, sulaukia didesnio puslapio lankytojų dėmesio, kokio pobūdžio laiškai yra gaunami, kokiomis temomis dažniausia diskutuojama ir

pan. Atlikti du tyrimo etapai: minėtuose tinklapiuose patalpinant provokuojančios, seksualios ir neprovokuojančias, neseksualias nuotraukas.

#### **Tiesioginio stebėjimo dalyvaujant metodo pasirinkimo pagrindimas.**

1. Mokslinis stebėjimas buvo tikslingai organizuotas procesas, siekiant patikrinti tyrime iškeltą hipotezę.
2. Stebėjimo metodas dalyvaujant, pasirinktas siekiant patikrinti kitais tyrimo metodais, focus grupės, vaizdinių dokumentų (nuotraukų) ir ekspertų interviu, gautų duomenų informatyvumą.

#### **4. 1. 4. IV etapas – ekspertų apklausa**

*Ketvirtame tyrimo etape pasirinkta ekspertų apklausa.* Tai specifinės rūšies apklausa, kurios metu apklausiami specialiai parinkti žmonės, turintys analizuojamo objekto srities žinių (Kardelis, 2002). Šiuo metodu žinios yra gaunamos subjektyvios, susijusios su asmenine nuomone, jausmų, vestybių, pasaulėžiūros sritimi (Flick, 2002). Šiame tyrime ekspertų apklausa siekiama išsiaiškinti, kaip skirtingų sričių specialistai vertina, analizuoja tiriamą fenomeną, 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimą socialiniuose pažinčių tinklapiuose. Svarbu sužinoti jų požiūrį ir vertybinę poziciją, siekta atverti platesnius, įvairiapusiškus tiriamo reiškinio aspektus.

*Ekspertu gali būti* asmuo, turinti tokių specifinių žinių, kurios ne visiems tiriamajame lauke yra prieinamos. Ekspertų tyrimas yra skirtas būtent žinojimo pranašumui (Tidikis, 2003; Walter, 1994; Leedy, Ormrod, 2005). Anot Flick (2002) ekspertas yra suvokiamas ne kaip unikalus atvejis, o kaip tam tikros grupės (pvz., vaikų psichologų, vaikų teisių) atstovas. Eksperto požiūriai ir vertinimai turi remtis pagrįstais argumentais (Meuser, Nagel, 1997), tačiau ne visos specialiosios ir argumentuotos žinios yra ekspertinės. Jos atsiranda siejant su tam tikra profesija (Meuser, Nagel, 1997). Socialinių tyrimų ekspertais yra laikomi tokie asmenys, kurie yra tiriamos srities specialistai, tačiau jų žinojimas nėra eksplisitinis (t. y. aiškiai išreikštas, išplėtotas). Tyrėjo užduotis yra per gautų duomenų analizę tokį žinojimą įvardyti abstrakčiu, refleksijos lygmeniu (Meuser, Nagel, 1997).

*Ekspertų atranka buvo tikslinė*, t. y. kriterijumi grindžiama atrankos strategija, pagal kurią tyrimo dalyviai atrenkami apgalvotai, norint gauti svarbią informaciją, kuri negali būti prieinama kitu būdu (Ramanauskaitė, 2002, Merkys, 1999; Meuser, Nagel, 1997). Pasirenkant pokalbio dalyvius, buvo naudojamosi žinomumo, patikimumo, veiklos krypties ir patirties kriterijais bei pačių dalyvių rekomendacijomis. Taip pat *naudotasi prieinamumo ir patogumo principu* – apklausiami tyrėjui pažįstami, tyrimui tinkantys informantai, sutikę dalyvauti tyrime.

Ekspertais parinkti žmonės, kurių veikla ir profesija susijusi su analizuojamo tyrimo objektu:

1. LR Seimo narys **Naglis Puteikis** (siekiantis inicijuoti įstatymo pataisą, įpareigoti socialinių tinklapių administratorius riboti ir filtruoti nepilnamečiams neigiamą, erotinio, seksualinio, pornografinio pobūdžio informaciją).
2. Šiaulių miesto savivaldybės administracijos Vaiko teisių apsaugos skyriaus vyr. specialistės **Rūta Janulienė** ir **Eglė Lazdauskienė**.
3. Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas **Robertas Jagminas** (kuruojantis kriminalinę policiją).
4. Žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjas **Deividas Velkas**.
5. Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė **Božena Ragelienė**.
6. Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė **Ramunė Želionienė**.

**Interviu situacija.** Pasirinkta pusiau laisva pokalbio struktūra – *pusiau struktūruotas tiriamasis interviu instrumentas*, tyrėjas vadovauja interviu eigai keldamas tam tiktus, iš anksto apgalvotus klausimus ir per tai nulemdamas pokalbio turinį (Tidikis, 2003; Kardelis, 2005; Girdzijauskienė, 2006; Luobikienė, 2009; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008). Interviu metu kiekvienas ekspertas galėjo laisvai išsakyti savo mintis ir požiūrius. Ekspertai prieš pokalbį buvo informuoti apie atliekamo tyrimo esmę, pagrindinius tyrimo klausimus, pristatytos focus grupės tyrimo išvados. Ekspertų buvo prašoma pristatyti save, savo interesų lauką ir patirtį. Atsižvelgiant į tai buvo užduodami klausimai, susiję tiek su eksperto interesais, tiek su tyrimu. Interviu trukmė buvo apibrėžiama pokalbio pradžioje, priklausomai nuo informanto galimybių bei noro bendrauti.

Interviu buvo atliekamas laikantis *pagrindinių etikos principų*. Ekspertų buvo paklausta apie jų sutikimą įrašyti pokalbį į diktofoną, naudoti ir skelbti duomenis.

**Tyrimo imtis.** Tyrimas atliktas 2012 m. balandžio – gegužės mėnesiais. Pusiau struktūruoto tiriamojo interviu būdu apklausti 7 ekspertai. Vidutiniškai pokalbis tęsdavosi nuo 20 min. iki 45 minučių.

*Interviu klausimai ekspertams.* Klausimai yra jungiamoji tyrėjo teorinio hipotetinio modelio ir tiriamosios realybės grandis. Ekspertų interviu klausimai skirti tiriamam laukui, klausiama apie tiriamajame lauke egzistuojančius procesus, sąveikas, apie individų, grupių požymius (Meuser, Nagel, 1997; Flick, 2002). Svarbu suprasti, kad vadovaujamojo interviu klausimai turi būti pasakojimą generuojantys klausimai, t. y. nedirektyvūs, atviri. Klausimai neturi riboti eksperto pasakojimo, o priešingai, – jį skatinti. Jie turi būti keliami lanksčiai, nebūtinai iš eilės, o atsižvelgiant į pokalbio situaciją. Taip pat galimi neplanuoti, patikslinamieji klausimai (Flick, 2002; Meuser, Nagel, 1997). Ekspertams klausimai buvo formuluojami remiantis tyrimo problema, uždaviniais ir focus grupės tyrimo išvadamis. Konkretūs klausimai buvo numatyti iš anksto, orientuojantis į žinias apie informantą,



atsižvelgiant į informanto patirtį, jo veiklą tam tikroje srityje. Interviu metu iš pokalbio konteksto kilo nauji, nenumatyti klausimai. Interviu metu buvo siekiama aptarti šiuos aspektus: 1) veiksmo vieta ir kontekstas, 2) ekspertų patirtis ir veikla, pasaulėžiūra, 2) ekspertų nuomonė ir požiūris apie analizuojamą objektą, 3) komentarai ir rekomendacijos.

Pagal focus grupės tyrimo kontekstą ir teorinę medžiagą buvo sugrupuotos sritys ir formuojami klausimai ekspertams (žr. 4 priedą, 111 puslapis).

**Šifravimas.** Interviu pokalbiai buvo įrašomi į diktofoną ir saugomi skaitmeninėje laikmenoje. Vėliau iššifruojami – perrašomi.

**Duomenų analizės principai.** Pirminė duomenų analizės procedūra yra iššifruotų (užrašytų) interviu skaitymas ir perklausymas (Pawluch, 2005; Kvale 2003). Kadangi svarbiausia buvo ekspertų pateikiama informacija, buvo atsiribojama nuo žmogiškųjų emocijų (išskyrus tuos atvejus, kai jos buvo informatyvios ar išreikšdavo tam tikrą požiūrį) bei nukrypimų nuo pokalbio temos (daugiau pasakojo apie save, nei atsakinėjo į tyrėjo pateiktus klausimus). Šifruojant ekspertų pasisakymus, šie tekstai buvo praleidžiami.

**Ekspertų medžiagos analizei** naudota *teminė analizė* (Stone 1997; Glaser,1997) išskiriant esmines ir antrines kategorijas. Išskirtos tiriamojo lauko kategorijos, pagrindžiamos teksto analizės (*content* analizės) duomenimis.

**Ekspertų metodo trūkumai** (Flick, 2002; Meuser, Nagel,1997): 1) tyrėjo kalbos specifika gali neatitikti eksperto kalbėsenos (pvz., tyrėjas ir ekspertas vartoja skirtingas sąvokas kalbėdami apie tuos pačius reiškinius. Minėtu atveju sunkumų dažniausiai sukelia vadinamoji specialybė, profesinė kalba). 2) Ekspertas interviu metu gali blokuoti pokalbį, jei jis nėra tam tikrų klausimų žinovas, kaip buvo manyta iš pradžių. 3) Ekspertus gali gluminti per daug teoriniai, moksliniai klausimai. Ekspertai dažniausiai praktinės veiklos specialistai, o ne teorijos žinovai. 4) Ekspertas interviu metu gali daugiau pasakoti apie save, o ne dalykiškai atsakyti į tyrėjo pateiktus klausimus (sužinoma daugiau apie eksperto asmenį, nei gaunama ekspertinių žinių).

#### **Ekspertų metodo pasirinkimo pagrindimas.**

1. Tyrėja ekspertais parinko žmonės, kurių *profesija ir veikla* yra susijusi su analizuojamu tyrimo objektu, t. y. bendravimu virtualioje erdvėje bei paauglių savęs, savo kūno pateikimo socialiniuose pažinčių tinklapiuose problematika.
2. Ekspertų interviu tyrimas pasirinktas siekiant rekonstruoti kompleksines *žinojimo struktūras* (vok. *Wissensstrukturen*). Žinojimo sąvoka apima ne tik tai, kas yra žinoma (žinios), bet ir kaip, dėl kokių procesų susiformuoja tam tikra paauglių elgsena, įsitikinimai, nuostatos ir kt.

3. Ekspertų interviu tyrimu nebuvo siekiama išmatuoti, pagrįsti, įrodyti ar patikrinti priežastingumo ryšių, siekiama – *suprasti, rekonstruoti*, t. y. gilinamasi į jau egzistuojančius socialinių pažinčių tinklapių reiškinius, siekiant juos suprasti, paaiškinti; gilinamasi į prevencines sritis; keliamas klausimas, kaip ir kokiais veiksmingais metodais apsaugoti paauglius nuo žalingos informacijos, kokiomis priemonėmis didinti paauglių psichologinį bei socialinį atsparumą, kaip ugdyti sąmoningumą. Ekspertinės žinios, jų patirtis gali padėti formuoti *rekomendacines, prevencines programas*.

## 5. 14 – 15 METŲ PAAUGLIŲ MERGAIČIŲ SAVĖS, SAVO KŪNO PATEIKIMO SOCIALINIUIOSE PAŽINČIŲ TINKLAPIUIOSE, KOKYBINIO TYRIMO REZULTATAI

### 5. 1. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažinčių tinklapiuose

Raidos psichologai skirtingai įvardina paauglystės raidos tarpsniu bet vieningai sutaria, kad tai ypatingas amžius, kuriame vyksta sparti fizinė, emocinė, kognityvinė, socialinė raida. Paauglystės laikotarpiu stipriai pasikeičia paauglio gyvenimo ir veiklos samprata, jo socialinis vaidmuo. Paauglystės laikotarpį daugelis mokslininkų (Jovaiša, 2001; Černius, 2006; Žukauskienė, 2007 ir kt.) įvardija kaip individo sumaištis, savęs ieškojimo, savojo identiteto formavimosi etapą.

*Paauglystė yra metas, kai aktyviai sąveikaujant su socialine aplinka intensyviausiai formuojasi žmogaus savęs suvokimas ir vertinimas, kuris turi reikšmingas pasekmes adaptacijai ir gerbūviui. Raidos psichologų nuomone, paaugliams būdingas perėjimas nuo išorinio pasaulio analizės prie savo vidinio pasaulio analizės. Todėl paauglys tampa labai jautrus informacijai, kaip jis atrodo, kitų žmonių akimis, pagal tai analizuoja savo asmenybę ir formuoja savęs vertinimą. Paauglio savęs vertinimas, savarankiškumo ir nepriklausomybės siekimas dažnai apsunkina santykius su tėvais, stiprėja bendraamžių įtaka. Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė teigia, kad „paauglystės amžiaus tarpsnių griežtai apibrėžti nereikėtų <...>. Įtakos turi aplinka kurioje vaikas auga ir gyvena, asmeninės savybės, lytis, kultūriniai, ekonominiai veiksniai. Pagal teorines raidos stadijas, 14 metų paauglys pereina iš ankstyvosios į viduriniąją.<...> Kalbant apie 14 – 15 metų paaugles mergaites reikia suprasti, – jos pergyvena perėjimą iš vaikystės į suaugusiųjų pasaulį: siekia savarankiškai pažinti supančios socialinės aplinkos reiškinius, psichinio, fizinio ir socialinio brandumo, nori mažesnės priklausomybės nuo tėvų, <...> didelį dėmesį skiria bendravimui su draugais, bendraamžiais, klasiokais“.*

**Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė Ramunė Želionienė** teigia, kad *„kiekvieno vaiko raida yra unikali ir individuali. Holistinis požiūris į žmogų, jo jau neapibrėžia griežtais rėmais. Gyvenime susiduriame ne su statistiniais, o su realiais vaikais. Kiekviena asmenybė praeina tam tikrus savo raidos etapus. Didelę reikšmę vaiko interesų sferai turi jo artimiausios aplinkos suaugę žmonės. Nesunku pastebėti, kad vienos tokio amžiaus mergaitės stengiasi atrodyti kuo madingiau, kitos mergaitės aktyviai užsiima kokia nors akademinė ir neformalia ugdymo veikla, dar kitos mergaitės daug laiko praleidžia vienumoje su kompiuteriu, kitos mergaitės nuolatos būna šalia suaugusiųjų ir pan. Manychiau, viena yra bendra – noras pritapti. Referentinė grupė ir užduoda toną bendravimo ypatumams“.*

Paauglystės amžiaus tarpsnis kelia daug uždavinių ir suaugusiems (tėvams, globėjams, pedagogams). Šiuo sudėtingu laikotarpiu, suaugusieji su paaugliais turėtų būti kantresni, pripažinti savarankiškumo siekį, vertinti jų orumą, įsiklausyti ir išgirsti nuomonę, remtis jų gyvenimo patirtimi, pasitikėti, būti jautriais, nuoširdžiais ir teisingais juos vertinti. **Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos**

**komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas** teigia, kad „14 – 15 metų mergaites, paauglystės laikotarpiu, netenkina viena veikla, jos ieško įvairių savirealizacijos būdų. <...> Šiuo laikotarpiu **susilpnėja tėvų įtaka**, vaikai tampa uždaresni, siekia daugiau laisvalaikio praleisti realioje bendraminčių draugijoje ar virtualioje aplinkoje“.

Paauglystės laikotarpiu, vienas iš svarbiausių socializacijos veiksnių yra *bendraamžiai* bei įvairios bendraminčių grupės. Bendravimas daro didžiulę įtaką besiformuojančios asmenybės sąmonei bei elgesiui. Kaip teigia A. Juodaitytė (2002) paauglio asmenybė vystosi tik per realius praktinius tarpusavio santykius su bendraamžiais, nuostatos ir vertinimai reiškiasi jausminiu pagrindu. R. Žukauskienė (2007) manymu, 14 – 15 metų paauglių draugystėje reikšminga vieta tenka emocijoms.

**Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė** teigia, kad kad „14 – 15 metų paauglystės laikotarpiu svarbiausia draugystės prielaida yra **abipusis pasitikėjimas** (sugebėjimas išsaugoti paslaptis), **nuoširdumas, atvirumas, jautrumas**“. Focus grupės dalyvės teigė: „daugiausiai savo laisvalaikio praleidžiu su drauge, su kuria atvirai galiu pasikalbėti. <...> Turiu keletą labai gerų draugų su jomis kartu einame į kiną, į kavinę, kartu lankome gitaros pamokas“<sup>6</sup>; „Dažniausiai bendrauju su klasiokėmis, turiu vieną labai labai artimą ir gera draugę iš kitos mokyklos“; „Man svarbu, kad draugės mane suprastų, palaikytų mano nuomonę.<...> Smagu, kad turiu galimybę pasidalinti su savo drauge paslaptimis“; „Mes viena kitai patarime, kaip reikia madingai rengtis, <...> kartais kartu nueiname į parduotuves“; „O aš su savo drauge turiu bendrą pomėgį, kartu domimės fotografija, <...> kartu truputi jau išmokome naudotis photoshopo programa, o tai labai džiugina“.

Paaugliai komunikuoja siekdami dalytis žiniomis, nuomonėmis, palaikyti tarpusavio ryšius, grindžiamus asmeninėmis simpatijomis, pomėgių ir interesų bendrumu. Šiuo aspektu komunikacija suvokiama kaip „žmogus – žmogus“ sąveika, kurios tarpine grandimi tampa kompiuteris, virtuali erdvė ir(ar) net pakeičia ją.

### **5. 1. 1. 14 – 15 metų paauglių mergaičių kompiuterinės veiklos trukmė, dažnis ir ciklai**

Kompiuteris paaugliui tapo ne tik mokymosi įrankiu ir bendravimo priemone, bet laisvalaikio praleidimo dalimi bei veikla kai nėra kitų užsiėmimų. Paaugliams kompiuteris yra ne tik technologinė priemonė bet ir komunikacijos objektas dažnai pakeičiantis realų bendravimą. Keletas focus grupės tyrimo dalyvių kompiuteriui priskyrė tokias socialines savybes, kurios yra būdingos žmogui („<...> kompiuteris man atstoja draugus“; „O man kartai kompiuteris yra geriausiai bičiulis“). Pateikiami 14 – 15

---

<sup>6</sup> Tyrimo dalyvių kalba netaisyta, pateikiama kursyvu. Tyrimo dalyvių vardų inicialai pakeisti.

metų paauglių mergaičių kompiuterinės veiklos trukmę, dažnį ir ciklus kategorijomis ir subkategorijomis (žr. 2 lentelę).

2 lentelė

Kategorijos	Subkategorijos	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
<b>Trukmė</b>	Neilgai	„Aš tai kartais negaliu pakęsti kompiuterio, <...> <i>sėdžiu neilgai</i> , tik susirenku informaciją pamokoms <...>“ (B2).
	1 valanda	„<...> pasakiau sau, – <i>viena valanda</i> ir ne ilgiau“ (D4).
	2 valandos	„<...> ankščiau praleisdavau visą dieną. Dabar <i>tik dvi valandas</i> “ (C3).
	3 valandos	„<...> su pertraukomis, turbūt prie kompiuterio prabūnu <i>apie tris valandas</i> “ (E5). „<...> paruošiu pamokas, apsitvarkau namus ir bendrauju su draugais kokias <i>tris valandas</i> “ (G7).
	Ilgai	„<...> ir žinoma, google puslapis. Ten tai tikrai <i>labai daug laiko</i> praleidžiu, renkuosi visokią informaciją“ (A1). „<...> paruošiu pamokas ir sėdžiu internete. <i>Daug laiko</i> praleidžiu, net mama pyksta <...>“ (F6).
<b>Dažnis</b>	Ypatingai retai	„<...> aš saugau savo kompiuterį nuo virusų ir nenoriu susigadinti akis, todėl <i>būnu labai retai</i> “ (B2).
	Retai	<...> stengiuosi <i>retai</i> būti, bet ne visada gaunasi“ (D4).
	Kiekvieną dieną	<...> <i>kiekvieną dieną</i> (A1). <...> neįsivaizduoju savo gyvenimo be kompiuterio. <...> Žinoma, kad <i>kiekvieną dieną</i> “ (F6). „<...> aišku, kad <i>kiekvieną dieną</i> “ (G7). „Aš naudojuosi kompiuteriu <i>kasdien</i> “. <...> kaip gyventi be jo (E5).
<b>Ciklai</b>	Laisvalaikiu	„<...> Taip, <i>laisvalaikiu</i> , o veiklos aš visada turiu, nes lankau daug būrelių“ (F6). „<...> žinoma, kad <i>laisvalaikiu</i> “ (E5). „<...> gal <i>laisvalaikiu</i> “ (B2). „<...> skaitau ir naršau facebooke <i>laisvalaikiu</i> “ (G7). „Žaidžiu žaidimus ir bendrauju su draugais facebooke dažniausiai <i>laisvalaikiu</i> <...>“ (A1).
	Neturiu ką veikti	„Kai <i>nėra ką namuose veikti</i> <...>“ (D4).

2 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių kompiuterinės veiklos trukmė, dažnis ir ciklai (kategorijos ir subkategorijos)

Analizuojant kategoriją „**Trukmė**“ apibūdinančias subkategorijas („1 valanda“, „2 valandos“, „3 valandos“) parodo, kad focus grupės dalyvės **skaičiuoja kiek laiko naudojasi kompiuteriu** („<...> pasakiau sau, – *viena valanda ir ne ilgiau*“; „<...> *ankščiau praleisdavau visą dieną. Dabar tik dvi valandas*“). Kai kurios informantės apibendrintai teigė, kad **nežino konkrečiai kiek laiko naudojasi kompiuteriu** („<...> *sėdžiu neilgai, tik susirenku informaciją pamokoms* <...>“; *internetu tai tikrai labai daug laiko praleidžiu, renkuosi visokią informaciją*“). Subkategorijų „**Ilgai**“, „**Neilgai**“ turinys parodo, kad paauglės **laiką nustato savo nuožiūra**.

Analizuojant kategoriją „**Dažnis**“ apibūdinančias subkategorijas: „**Ypatingai retai**“, „**Retai**“, „**Kiekvieną dieną**“, daugelis focus grupės dalyvių akcentuoja, kad **kompiuteriu naudojami** „**Kiekvieną dieną**“ („<...> Žinoma, kad kiekvieną dieną“; <...> aišku, kad kiekvieną dieną“). 14 – 15 metų paauglės mergaitės subkategoriją „Kiekvieną dieną“ pabrėžia, kaip **teigiamą veiklą** („Aš naudojuosi kompiuteriu kasdien“. <...> kaip gyventi be jo?“; „neįsivaizduoju savo gyvenimo be kompiuterio. <...> Žinoma, kad kiekvieną dieną“).

Kategoriją „**Ciklai**“ turi dvi subkategorijas: „**Laisvalaikiu**“ kai paauglės **laisvą veiklą sieja su kompiuterio naudojimu** („<...> žinoma, kad laisvalaikiu“) ir „**Neturiu ką veikti**“, t. y. **kitokios veiklos (užsiėmimo) neturėjimu** („Kai nėra ką namuose veikti <...>“).

### 5. 1. 2. 14 – 15 metų paauglių mergaičių veikla internete

14 – 15 metų paauglės mergaitės *tikslingai naudojasi interneto teikiamomis galimybėmis ir taip konstruoja savo veiklos turinį, plėtoja joms svarbią veiklą bei kuria sau priimtina realybę* (žr. 3 lentelę).

3 lentelė

Kategorijos	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
<b>Socialiniai pažinčių tinklapiai</b>	„<...> dar būnu <i>facebooke</i> “ (C3). „<...> aš <i>draugo</i> puslapyje bendrauju <...>“ (D4). „<...> <i>one</i> puslapyje <...>“ (G7). „<...> <i>facebook’as</i> pirmoje vietoje, kur aš bendrauju su draugas“ (F6). „<...> o aš daug kur turiu savo anketas <...> ir <i>facebooke</i> , ir <i>ieškok</i> ir <i>drauge</i> , tik iš <i>onės</i> ištryniau“ (A1). „<...> žinoma, kad <i>facebooke</i> daugiausiai bendrauju <...>“ (E5). „<...> ir aš <i>facebooke</i> sėdžiu“ (B2).
<b>Kompiuteriniai žaidimai</b>	„Laisvalaikiu internete dažniausiai <i>žaidžiu</i> <i>tokius žaidimus</i> , kur reikia auginti gyvūnelius. <...> Dar vienas mane prikaustė <i>žaidimas</i> , kur reikia burbuliukus šaudyti. <i>Loginis</i> , reikia nemenkai pagalvoti“ (D4). „<...> o aš čia vienintelė iš mūsų, kuri kompiuteriu <i>žaidžia</i> <i>tokius berniukiškus žaidimus</i> , kur reikia šaudyti <...> apskritai per žaidimus galima išmokti įvairių, gerų dalykų <...> pasikeisti informacija pabendravus su kitais žaidimo dalyviais“ (G7).
<b>Muzikos klausymas</b>	„Žinoma, kad daug laiko būnu <i>yotubėj</i> <...> <i>atsipalaiduoju</i> ir <i>pailsiu</i> kai <i>klausausi muzikos</i> “ C3.
<b>Filmų peržiūra</b>	<...> Kai tik turiu laiko, kiekvieną dieną einu į tokį puslapį „ <i>Mano baltos žaidynės</i> “, kuriame yra <i>filmų gerbėjų klubas</i> , faina, kad jame pateikiamos visos pagrindinės naujienos. <...> ir galima <i>pasiziūrėti</i> širdžiai mielų <i>filmukų</i> “ (A1).
<b>Informacijos paieška</b>	„Internetu randu informaciją tą kurios man reikia <...> pirmiausiai internetas ir kompiuteris reikalingas <i>dėl įvairios informacijos paieškos</i> <...> kurios reikia ruošiant pamokas“ (E5).

3 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių veikla internete.

14 – 15 metų paauglės mergaitės laisvalaikio kontekstą apibūdina kategorijomis „Socialiniai pažinčių tinklapiai“, „Kompiuteriniai žaidimai“, „Muzikos klausymas“, „Filmų peržiūra“, „Informacijos paieška“. **Turinys labiausiai akcentuojamas kategorijoje „Socialiniai pažinčių tinklapiai“**, silpniausiai – kategorijose „Muzikos klausymas“, „Filmų peržiūra“, „Informacijos paieška“.

**Bendravimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose**, 14 – 15 metų paauglių mergaičių **suvokiamas kaip savaime suprantama veikla**, tenkinanti jų poreikį bendrauti, **palaikomi komunikaciniai ryšiai** su draugais ar kitais asmenimis (*<...> aš draugo puslapyje bendrauju <...>; facebook‘as pirmoje vietoje, kur aš bendrauju su draugias“*).

Kategorijos „**Kompiuteriniai žaidimai**“ turinys lemia jų **poreikį žaisti** (*„<...> o aš čia vienintelė iš mūsų, kuri kompiuteriu žaidžia tokius berniukiškus žaidimus“; „Laisvalaikiu internete dažniausiai žaidžiu tokius žaidimus, kur reikia auginti gyvūnelius“*). **Žaidybinei veiklai teikiama ir edukacinė prasmė** (*„<...> apskritai per žaidimus galima išmokyti įvairių, gerų dalykų“*). **Žaidžiant kompiuterinius žaidimus** taip pat **palaikomi komunikaciniai ryšiai** (*„<...> pasikeisti informacija pabendravus su kitais žaidimo dalyviais“*).

Kategorijos „**Muzikos klausymas**“ ir „**Filmų peržiūra**“ turinys lemia 14 – 15 metų paauglių mergaičių **veiklą suteikiančią malonių, teigiamų emocijų išgyvenimų** (*„<...> atsipalaiduoju ir pailsiu kai klausausi muzikos“; „<...> galima pasižiūrėti širdžiai mielių filmukų“*).

Kategorijoje „**Informacijos paieška**“ akcentuojama paieška internete, kuri labiausiai **atitinka situacinius poreikius** įvairiais gyvenimo atvejais ir kuri **suteikia naujų žinių** (*„Internetė randu informaciją tą kurios man reikia“*) bei **akcentuojamas noras gauti įvairios informacijos** (*„pirmiausiai internetas ir kompiuteris reikalingas dėl įvairios informacijos paieškos <...> kurios reikia ruošiant pamokas“*).

### **5. 1. 3. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažinčių tinklapiuose, veiklos trukmė, dažnis ir ciklai**

Pagrindinis interneto svetainių, kuriu pagrindu kuriami socialiniai tinklai, bruožas yra galimybė vartotojams keistis ir dalintis įvairia informacija, atrasti panašių pomėgių turinčius kitus žmones, susipažinti, pažinti, ir bendrauti. *Paaugliai virtualioje erdvėje jungiasi į grupes pagal amžių, bendrus interesus, pomėgius.*

Internetas sukuria globalią viešą erdvę. *Socialiniai tinklai* – tai virtualios bendruomenės arba kitos žmonių grupės, kurioms koordinuoti arba bendrauti naudojamas internetas (Watson, 1997).

Sąvoka „internetinis socialinis tinklapis“, reiškia veiklą, per kurią žmonės užmezga ir plėtoja socialinius ryšius su kitais individais (Fraser, Dutta, 2010).

14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažinčių tinklapiuose, veiklos trukmė, dažnis ir ciklai (žr. 4 lentelę).

4 lentelė

Kategorijos	Subkategorijos	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
<b>Trukmė</b>	Neilgai	„<...> <i>neilgai</i> , tik pasižiūriu kas ką feisbuke parašė, palaikino, kokias nuorodas įkėlė“ (C3). „<...> nuobodu feisbuke kartais būna, tai neilgai būnu“ (B2).
	1 valanda	„Aš jaučiu vienintelė esu, kuri nieiško draugų facebooke ir tik <i>valandą</i> ten praleidžiu <...>“ (A1).
	2 valandos	„<...> kartais būna, kad <i>dvi valandas</i> draugo puslapyje bendrauju“ (D4).
	3 valandos	„<...> na kokias <i>3 valandas</i> praleisdavau one puslapyje <...>“ (G7).
	Ilgai	„<...> aš tai <i>ilgai</i> prasėdžiu prie kompiuterio su klasiokais maloniai bendraudama feisbuke“ (E5). „<...> turiu du draugus užsieniečius facebooke tai su jais <i>labai ilgai</i> prabendraujame“ (F6).
<b>Dažnis</b>	Ypatingai retai	„<...> va per vasaros atostogas, tai ypatingai retai būnu facebooke“ (B2).
	Retai	„<...> <i>retokai</i> , tikrai ne kiekvieną dieną“ (D4).
	Kiekvieną dieną	„<...> savo populiarumą prarasi jei nebendrausi <i>kiekvieną dieną</i> “ (A1). „Aš taip pat facebooke būnu <i>kiekvieną dieną</i> “ (F6). <...> žinoma, kad <i>kasdiena</i> <...> (E5). <...> draugai pagalvos kad kažkas atsitiko, jei kažkur pradingsi ir nebendrausi <i>kasdiena</i> “ (G7).
<b>Ciklai</b>	Laisvalaikiu	„<...> laisvalaikiu, kai grįžtu iš mokyklos, paruošiu pamokas tada panaršau onėj <...>“ (G7). „<...> po būrelių veiklos, <i>laisvalaikiu</i> <...> <i>pasėdžiu feisbuke</i> “ (F6). „<...> žinoma, <i>laisvalaikiu</i> bendrauju soctinkliuose“ (B2). „Aš tai tik <i>laisvalaikiu</i> būnu feisbuke <...> kalbuosi su klasiokais“ (E5). „<...> pavyzdžiui, kai liūdna ar turiu <i>laisvo laiko</i> įsijungiu feisbuką <...>“ (A1).
	Neturiu ką veikti	„<...> kai būnu viena namuose, <i>neturiu ką veikti</i> <...>“ (D4). „Internete bendrauju visada, kai <i>nėra ką veikti</i> “ (C3).

4 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių komunikacija socialiniuose pažinčių tinklapiuose, veiklos trukmė, dažnis ir ciklai (kategorijos ir subkategorijos)

Kategoriją „**Trukmė**“ išreiškiama subkategorijomis „**1 valanda**“, „**2 valandos**“, „**3 valandos**“ parodo, kad focus grupės dalyvės **skaičiuoja kiek laiko praleidžia bendraudamos socialiniuose pažinčių tinklapiuose**. Paauglės tipizuoja trukmes „**Ilgai**“ („<...> *turiu du draugus užsieniečius feisbuke tai su jais labai ilgai prabendraujame*“) ir „**Neilgai**“ („<...> *neilgai, tik pasižiūriu kas ką feisbuke parašė, palaikino, kokias nuorodas įkėlė*“). **Trukmę „Ilgai“** paauglės įvardina, kaip **teigiamas emocijas** („<...> *aš tai ilgai prasėdžiu prie kompiuterio su klasiokais maloniai bendraudama feisbuke*“).

Analizuojant kategoriją „**Dažnis**“ subkategorija „**Kiekvieną dieną**“ buvo **dažniausiai akcentuojama**. Kategorija „**Ciklai**“ yra situaciniai, nustatyti subkategorijos „**Neturiu ką veikti**“ ir yra



**susiję su kitokios veiklos neturėjimu** („*Internetė bendrauju visada, kai nėra ką veikti*“). „**Neturėjimas ką veikti**“ yra akcentuojamas ir tada kai **namuose nėra suaugusiųjų** (<...> *kai būnu viena namuose, neturiu ką veikti <...>*“).

Dažniausiai focus grupės dalyvės akcentavo subkategoriją „**Laisvalaikiu**“. Išryškėjo paauglių akcentuojamas **laisvalaikio ir socialinių pažinčių tinklapių kontekstas** („*Po būrelių veiklos, laisvalaikiu <...> pasėdžiu feisbuke*“; *pavyzdžiui, kai liūdna ar turiu laisvo laiko įsijungiu feisbuke*). **Laisvalaikio** sąvoka dažnai suprantama, kaip **laisvas laikas po pamokų**, kurio nereikia specialiai organizuoti („<...> *laisvalaikiu, kai grįžtu iš mokyklos, paruošiu pamokas tada panaršau onėj <...>*“). Laisvalaikis padeda gaivinti žmogaus jėgas (reprodukcija), pailsėti (rekreacija), sudaro galimybes visapusiškam asmenybės tobulėjimui. Paaugliui visuose amžiaus tarpsniuose, labai **didžiulę reikšmę turi bendraamžiai, artimoji sociokultūrinė aplinka** (<...> *aš tai tik laisvalaikiu būnu feisbuke <...> kalbuosi su klasiokais*“). **Laisvalaikis** tai laikas, **naudojamas individualiems poreikiams ir interesams tenkinti** („<...> *žinoma, laisvalaikiu bendrauju soctinkliuose*“).

Apibendrinant būtų galima teigti, kad socialiniuose pažinčių tinklapiuose 14 – 15 metų paauglės mergaitės vidutiniškai praleidžia nuo 1 iki 3 ir daugiau valandų. Socialiniuose pažinčių tinklapiuose **realizuojamas bendravimo poreikis, palaikomi komunikaciniai ryšiai su draugais, bendraklasiais ir kitais asmenimis**, specialiai ar atsitiktinai **sutinkamais virtualioje erdvėje** („<...> *aš tai ilgai prasėdžiu prie kompiuterio su klasiokais maloniai bendraudama feisbuke*“; „<...> *turiu du draugus užsieniečius feisbuke tai su jais labai ilgai prabendraujame*“).

**Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas** teigia, kad „*socialiniai pažinčių tinklapiai yra prieinami visiems šalies gyventojams. Minėtų tinklapių lankytojus vienija noras bendrauti, bendri interesai ar pomėgiai. Didelė dalis nepilnamečių tiesiog praleidžia savo laisvalaikį susirašinėdami, stebėdami draugų veiklą bei skelbiamą informaciją. Stebina tai, kad pastaruoju laikmečiu realus, gyvas bendravimas dažnai yra pakeičiamas virtualiu*“.

#### **5. 1. 4. 14 – 15 metų paauglių mergaičių socialinių pažinčių tinklapių asmeninio profilio įvaizdis**

M. Fraser ir S. Dutta (2010) teigia, kad internetiniame pasaulyje vienietinė asmenybė pavirto *daugialype asmenybe*, tapatybės kibernetinėje erdvėje yra daugiaaspektės, suskaldytos, dažniausiai išgalvotos, sąlygiškos, netikėtos ir kartais apgaulingos. Mokslininkų manymu (Fraser, Dutta 2010), virtualioje socialinėje aplinkoje, kur statusas pripažįstamas pagal sukauptų „draugų“ skaičių, *savęs pateikimas transformavosi į savęs klastojimo ritualą*: negražios mergaitės tampa seksualiomis

moterimis, silpnavaliai – kietuoliais, storuliai suplonėja. Internete savęs pateikimas yra atsietas nuo kūno ir neturi betarpiško tiesioginio kontakto akis į akį pasekmių. M. Fraser ir S. Dutta (2010) teigia, kad „milijonai internetinių socialinių tinklų vartotojų tapo savo asmenybės iškraipymo, klastojimo, melagingo pateikimo ir visiškos apgaulės meistrais“.

J. Becker ir G. Stamp (2005) teigia, kad socialinio pažinčių tinklapiu *asmeninio profilio įvaizdis yra labai svarbus*. Socialiniuose pažinčių tinklapiuose ir pokalbių svetainėse dažniausiai naudojami trys įvaizdžio formavimo motyvai: *socialinio pripažinimo poreikis, noras sukurti ir palaikyti santykius bei noras eksperimentuoti su savo identitetu* (Becker, Stamp, 2005).

J. Becker ir G. Stamp (2005) Iškiria *keturias įvaizdžio formavimo strategijas*: meistriškumo demonstravimas, panašumo ir savitarpiškumo įrodinėjimas, pseudonimų (angl. *screen names*) naudojimas bei neteisingas savęs pristatymas (angl. *misrepresentation*) per pasirinktiną savęs pristatymą (angl. *selective self - presentation*).

14 – 15 metų paauglių mergaičių socialinių pažinčių tinklapių asmeninio profilio įvaizdžio sudedamosios dalys (žr. 5 lentelę).

5 lentelė

Kategorijos	Subkategorijos	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
Asmeninis profilis	Vaizdas (profilio nuotraukos)	<p>„&lt;...&gt; man atrodo, kad svarbiausios anketoje yra <i>nuotraukos</i>. Tave mato draugai, atpažįsta, laikina... &lt;...&gt;“ (E5).</p> <p>„&lt;...&gt; tarkime, jei užsidedi kokią <i>įdomesnę nuotrauką</i>, nebūtinai savo, tai visi tuoj pastebi, laikina, komentuoja &lt;...&gt;“ (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; aš kartais mėgstu pajuokauti, užsidedu ant savo profilio <i>gerokai pafotošopintas nuotraukas</i>. Save pakeičiu, pagražinu ir nevysi pažįsta. &lt;...&gt; Dar kartais <i>užsidedu ne savo nuotrauką</i>“ (F6).</p> <p>„Be nuotraukos anketa nelabai populiari būtų. Aš naudoju tik pačias <i>įdomiausias savo nuotraukas</i>. &lt;...&gt; gal daugiau meniškas“ (B2).</p> <p>&lt;...&gt; žinoma, kad <i>reikia nuotraukos</i>. Vien facebooko pavadinimas ką reiškia... &lt;...&gt;“ (G7).</p> <p>„Aš ant feisbuke lango užsidėjau tokią <i>keistą savo nuotrauką</i>. Tai kai kurie draugai manęs net nepažįsta“ (C3).</p> <p>„&lt;...&gt; pritariu, anketa be nuotraukos niekam nebūtų įdomi. &lt;...&gt; naudoju <i>savo tik nuotraukas</i>“ (D4).</p>
	Garsas (garsinis prisistatymas)	<p>„&lt;...&gt; va mes va mes turbūt vienintelės su drauge į telefoną <i>įrašėme visokių pajuokavimus</i> ir įkėlėme į draugą &lt;...&gt; mačiau visi laikina“ (G7).</p>
	Tekstas (asmeninės informacijos pateikimas)	<p>„&lt;...&gt; esu <i>parašiusi tik savo pašto adresą, skaiptą ir kas mane domina</i>“ (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; o aš draugo <i>anketoje prirašiau visokių nesąmonių</i>, susigalvojau nika „Vikita“ &lt;...&gt; feisbuke bendrauju tik su pažįstamais tai parašiau dar savo <i>gmailo adresą</i>“ (G7).</p> <p>„&lt;...&gt; feisbuke anketoje <i>esu parašiusi savo vardą, pavardę, kiek man metų, kur mokausi ir išvardinusi savo hobius</i>“ (B2).</p> <p>„&lt;...&gt; o aš <i>prifantazavau ir parašiau, kad kalbu prancūziškai, angliškai ir</i></p>

		<i>rusiškai, ir dar parašiau, kad gyvenu Brazilijoje“.</i> Tegu visi spėlioja ar teisybė“ (E5). <i>„&lt;...&gt; aš labai mažai informacijos suteikiu, parašiau savo amžių ir pomėgius, na ir žinoma tikrą vardą“</i> (F6). <i>„&lt;...&gt; man kaip šauna į galvą, prirašau visokių išgalvotų dalykų, o kartais pataisau į teisingus savo duomenis“</i> (C3).
--	--	---

5 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių socialinių pažinčių tinklapių asmeninio profilio įvaizdis.

Kategoriją „**Asmeninis profilis**“ išreiškiama subkategorijomis „**Vaizdas**“ (profilio nuotraukos), „**Garsas**“ (garsinis prisistatymas) ir „**Tekstas**“ (asmeninės informacijos pateikimas).

Subkategorijoje „**Vaizdas**“ kurdamos savo asmeninio profilio įvaizdį, focus grupės dalyvės **naudoja vaizdinę medžiaga, nuotraukas** („<...> man atrodo, kad svarbiausios anketoje yra nuotraukos“; „Be nuotraukos anketa nelabai populiari būtų“; „<...> žinoma, kad reikia nuotraukos“). Įvaizdžio formavimo strategijoje **demonstruojamas meistriškumas bei kūrybiškumas** („<...> tarkime, jei užsidedi kokią įdomesnę nuotrauką, tai visi tuoj pastebi, laikina, komentuoja“; „Aš ant facebooko lango užsidedėjau tokių keistų savo nuotrauką. Tai kai kurie draugai manęs net nepažįsta“; „Aš naudoju tik pačias įdomiausias savo nuotraukas. <...> gal daugiau meniškas“; „Užsidedu ant savo profilio gerokai pafotošopintas nuotraukas. Save pakeičiu, pagražinu ir nevisi pažįsta“). Asmeniniame profilyje dažniausiai **naudojamos asmeninės nuotraukos** („<...> naudoju savo tik nuotraukas“; „Aš naudoju tik pačias įdomiausias savo nuotraukas“), **rečiau naudojamos ne savo nuotraukos** („<...> Dar kartais užsidedu ne savo nuotrauką“; „<...> įdomesnę nuotrauką, nebūtinai savo, tai visi tuoj pastebi, laikina, komentuoja <...>“).

Subkategorijoje „**Garsas**“ garsinis savęs pristatymas **nėra populiarus ir naudojamas retai** („<...> va mes turbūt vienintelės su drauge į telefoną įrašėme visokius pajuokavimus ir įkėlėme į draugų <...> mačiau visi laikina“).

Subkategorijoje „**Tekstas**“ **pateikiama asmeninė informacija: vardas, pavardė, kontaktiniai duomenys** („<...> feisbuke bendrauju tik su pažįstamais tai parašiau dar savo gmailo adresą“; „<...> aš labai mažai informacijos suteikiu, parašiau savo amžių ir pomėgius, na ir žinoma tikrą vardą“; „feisbuko anketoje esu parašiusi savo vardą, pavardę, kiek man metų, kur mokausi ir išvardinusi savo hobius“) ir **neteisingas savęs pristatymas** („<...> o aš prifantazavau <...>“; „<...> man, kaip šauna į galvą, prirašau visokių išgalvotų dalykų <...>“).

Išskiriamos 6 grupės, įrodančias **įvaizdžio formavimo motyvus bei strategijų ryšius** (Becker, Stamp, 2005): 1) **Didėjant socialinio pripažinimo poreikiui, stiprėja meistriškumo demonstravimo**, panašumo ir savitarpiškumo įrodinėjimo strategijos, didėja pasirinktino savęs pristatymo ir pseudonimų naudojimas („<...> kad draugai dažnai lankytųsi tavo anketoje, turi kažkuo būti įdomi. <...> Dažnai keičiu profilio nuotraukas. Dažniausiai naudoju savo, bet kartais nusikopijuoju man

*patikusias iš interneto“).* 2) Pirmosios grupės strategijos naudojamos dažniau ir tada, kai **didėja noras sukurti ir palaikyti santykius** („<...> man smagu, kai turiu daug draugų su kuriais pastoviai bendrauju“). 3) Paaugliams **eksperimentuojant, dažniau naudojami pseudonimai bei neteisingas savęs pristatymas** (angl. *misrepresentation through selective self - presentation*), („<...> o aš draugo anketoje prirašiau visokių nesąmonių, susigalvojau niką „Vikita“). 4) Neteisingo savęs pristatymo dažnumas išauga, norint **pasiekti didesnę įspūdį** („<...> visi laikina ir komentuoja. Viena, bet ne mano nuotrauka, sulaukė beveik 70 laiku, o kiek dar komentarų...“). 5) Pastoviai eksperimentuojant su savo identitetu, **didėja amplitudė neteisingo savęs pristatymo** („<...> kam reikia soctikliuose rašyti teisybę. Vieną dieną aš būnu pavyzdžiui filmo herojė, o kitą kartą modeliu, dar kartais parašau, kad gyvenu ne Lietuvoje, bet užsienyje“). 6) Didėjant neteisingo savęs pristatymo amplitudei, **patenkinami paauglio identiteto žaidimai** (angl. *identity play*), („<...> internete gali būti kuo tik nori, reikia tik fantazijos turėti“).

#### 5. 1. 5. 14 – 15 metų paauglių mergaičių turimas kūniškumo suvokimas

Žiniasklaidos vaidmuo paauglio socializacijos procese yra labai svarbus, *individas socialinio elgesio išmoksta stebėdamas*. Paauglys, dažnai mato ir priima tokį pasaulį, kurį siūlo viešosios informavimo priemonės. R. Staniulienės (2007) manymu, toks besąlyginis pasitikėjimas sietinas su tuo, kad paaugliai dar neturi kritinio sąmoningumo įgūdžių, jie to nėra mokomi, trūksta žinių ir gebėjimo atsirinkti gaunamą informaciją. Žiniasklaida pateikia dažnai *schematizuotą tikrovės modelį*, tokiu būdu plečia ir *intensyvina stereotipų gausą ir raidą*.

R. Gill (2008) išskyrė trijų tipų moterų reprezentacijas kurios dominuoja žiniasklaidoje ir reklamoje. Mokslininkė išskyrė: 1) „*midriff*“ (diafragma) moters stereotipą, kuriame moteris yra jauna, liekna, seksuali, ir savo grožiu pasiruošusi užkariauti visų vyrų žvilgsnius ar laimėti jų dėmesį; 2) *galingos ir kerštingos moters stereotipas* (angl. *powerful / vengeful woman*), tai konkuruojanti su vyrais ir už jai padarytą žalą atsilygina tuo pačiu; 3) *Karštos lesbietės* (angl. *hot lesbian*) stereotipas, tačiau ji yra per daug graži kad būtų galima ją laikyti tikra, o viso labo sukurta ne kam kitam, o vyrų žvilgsniui (angl. *male gaze*).

Focus grupės tyrime dalyvavusios 14 – 15 metų Šiaulių miesto Juventos progimnazijos moksleivės teigė, kad domisi žiniasklaidos diskurse pateikiamais moterų kūno vaizdiniais. Žiniasklaida ir reklama sistemingai formuoja nuostatas bei stereotipinius reginius (Tiggemann, 2003; Wegenstein, 2006; Jankauskaitė, 2005 ir kt.), o apnuogintas, gundantis *kūnas tampa žvilgsnio objektu*.

Focus grupės tyrimo dalyvės informacinę aplinką suskirstė į 1) spausdintinę žiniasklaidą, 2) informaciją transliuojamą per televiziją ir 3) informaciją internete (žr. 6 lentelę).

Informacijos šaltiniai	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
<b>Spausdintinė žiniasklaida</b>	<p>„Aš kokius penkis metu perku žurnalą „Panelė“. &lt;...&gt; <i>Pirmiausiai pasižiūriu nuotraukas, o tik po to žurnalą skaitau. &lt;...&gt; Kai kurios žvaigždžių nuotraukos labai gražios, jos madingai apsirengusios, &lt;...&gt; o kai kurios nedaug turi rūbų, yra pusnuogės. &lt;...&gt; Pagalvoju, kad jos gali elgtis kaip tik nori, nes įvairiais skandalais didina savo populiarumą“ (A1).</i></p> <p>„O lietuvišku <i>pusnuogių žvaigždžių nuotraukų žurnaluose</i> negaliu pakęsti. Fu... Tos, pavyzdžiui buvusios Olialia pupytės! Net bloga darosi į jas bežiūrint &lt;...&gt;“ (F6).</p> <p>„Aš tai visus žurnalus skaitau kuriuos draugės paminėjo, ir „Žmonės“, ir „Panelė“, ir žinoma, „Cosmopolitan“. Va dar „L’officiel“ žurnalas patinka. Kartais tekstams ne tiek daug skiriu dėmesio, <i>daugiau paveiksluokams, gražioms nuotraukoms</i>“ (E5).</p> <p>„&lt;...&gt; na, jo... Gražių nuotraukų įdeda. Kai kurios foto sesijos tokios kūrybiškos, o kai kuriose <i>tik pusnuogiai modeliai ir aktorės &lt;...&gt;</i>. Galima pasimokyti, kaip reikia nuotraukas nufotošopinti. Arba dar galima pasižiūrėti, <i>kaip reikia madingai rengtis, arba kaip atrodyti &lt;...&gt;</i>. Dar galima <i>išmokti įvairių fotografinių pozų</i>“ (G7).</p> <p>„Aha, pritariu klasiokėms. Aš dar kartais nusiperku žurnalą „Ji“, va dar „Cosmopolitaną“ pavartau. Nors, ten labai jau suaugusių temos, bet <i>nuotraukų įdomių ir seksualių būna. &lt;...&gt; Man pavyzdžiui patinka sportininkų kūnai, jie tokie raumeningi, žinoma ir modelių &lt;...&gt;</i>“ (C3).</p>
<b>Televizija</b> (pokalbių laidos, filmai, serialai, koncertai ir pan.)	<p>„&lt;...&gt; dar mėgstu filmą „Liežuvautoja“, nes ten yra <i>aptariamoms mergaitiškos temos iš kurių galima pasimokyti</i>. Iš televizijos laidų nelabai nemėgstu tų kur visos žvaigždės aptarinėja, kai kalba tik apie tai ką jos iškrėtė, kaip jos elgiasi vakarėlių metu, kokius rūbus dėvi. &lt;...&gt; mūsų žvaigždės tokios dirbtinos, bando nevykusiai užsienio dainininkus <i>kopijuoti savo apsirengimu ir judesiais</i>.“ (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; aš tai per televiziją iš vis nieko nežiūrius, na gal kada „Fashion“ kanalą, apžvelgiu madų tendencijas“ (G7).</p> <p>„Žiūriu „Moterys meluoja geriau“, dar žiūrėdavau „Nusivylusias manų šeimininkes“, kartais įsijungiu MTV, <i>pasižiūriu naujausius muzikinius klipus, dar labai mėgstu madų kanalą. &lt;...&gt; Kartais su tėvais pasižiūriu žinias</i>“ (E5).</p> <p>„&lt;...&gt; aš kartais, bet labai retai pasižiūriu publicistines laidas, mėgstu madų ir muzikinius kanalus, <i>galima gražių klipų prisiziūrėti ir pasimokyti šokti</i>“ (F6).</p> <p>„&lt;...&gt; aš dar Madoną kartais pasiklausau ir jos koncertus pasižiūriu. Patinka jos šou scenoje, <i>ji man tokia seksuali, patinka jos apsirengimo stilius. Įdomių dalykų privalvoja ir šokėjai faini, tikri profesionalai</i>“ (D4).</p>
<b>Internetas</b> (internetinės rūbų, kosmetikos parduotuvės, madų žurnalai, muzikinės laidos ir pan.)	<p>„Kam žiūrėti televizorių, juk <i>viską per kompiuterį rodo. &lt;...&gt; Kartais pasižiūriu serialus, kartais pokalbių laidas, pasiklausau muzikos</i>“ (B2).</p> <p>„Filmus dažniausiai žiūriu per kompiuterį, nes gali persisiųsti kokį norį ir ilgų reklamų nėra. Dar <i>internete pasižiūriu modelių nuotraukas, pasidomiu madomis</i>“ (F6).</p> <p>„&lt;...&gt; aš internete susirandu viską ko man reikia ir <i>madomis pasidomiu, ir koncertus pasižiūriu, persisiunčiu serialus, visai neseniai žiūrėjau filmą „Seksas ir Miestas“ &lt;...&gt; man gražiai tos aktorės rengiasi</i>“ (A1).</p> <p>„Va man internete patinka pasižvalgyti po internetines parduotuves, kokios mados populiaros“ (C3).</p> <p>„Internete yra viskas, reikia mokėti tik susirasti. &lt;...&gt; Nereikėtų nei televizijos nei žurnalų. &lt;...&gt; <i>visko galima pasimokyti, prisiziūrėti madų, išsirinkti rūbų, susirasti ir pasiklausyti populiariausių koncertų</i>“ (G7).</p>

6 lentelė. Focus grupės tyrimo dalyvių informacinė aplinka.

Focus grupės dalyvės „Spausdintinėje žiniasklaidoje“ dažniausiai akcentavo **pateikiamus moterų vaizdinius reklamose ir įvairiose foto sesijose** („<...> Kai kurios žvaigždžių nuotraukos labai gražios, jos madingai apsirengusios, <...> o kai kurios nedaug turi rūbų, yra pusnuogės <...>“; „Gražių nuotraukų įdeda. Kai kurios foto sesijos tokios kūrybiškos, o kai kuriose tik vos apsirengę modeliai ir aktorės savo kūną rodo. <...> Arba dar galima pasižiūrėti, kaip reikia madingai rengtis, arba kaip atrodyti <...>. Dar galima išmokti įvairių fotografinių pozų“; „<...> nors, ten labai jau suaugusių temos, bet nuotraukų įdomių ir seksualių būna“). Daugelis tyrimo dalyvių teigė, kad **pirmiausiai pasidomi žurnalų iliustracijomis** (foto sesijomis, reklamomis, žymių žmonių nuotraukomis) ir **tik po to skaito straipsnius** („Kartais tekstams ne tiek daug skiriu dėmesio, daugiau paveikslukams, gražioms nuotraukoms“; „<...> Pirmiausiai pasižiūriu nuotraukas, o tik po to žurnalą skaitau“).

Informacijos šaltinis „Televizija“ dažniausiai akcentuojamas kai **kalbama apie ir serialus** („Žiūriu „Moterys meluoja geriau“, dar žiūrėdavau „Nusivylusias manų šeimaininkes“; <...> Mėgstu filmą „Liežuvautoja“), **muzikines laidas** („<...>kartais įsijungiu MTV, pasižiūriu naujausius muzikinius klipus“; „<...> mėgstu muzikinius kanalus, galima gražių klipų prisiziūrėti ir pasimokyti šokti“; „<...> Aš dar Madoną kartais pasiklausau ir jos koncertus pasižiūriu“), **„Fashion“ madų kanalą** („<...> na gal kada „Fashion“ kanalą, apžvelgiu madų tendencijas“; „<...> mėgstu madų kanalą“; „<...> dar labai mėgstu madų kanalą“). 14 – 15 metų paauglės mergaitės **mažiausiai dėmesio skiria publicistinėms laidoms, žinioms** („<...> kartais su tėvais pasižiūriu žinias“; „<...> aš kartais, bet labai retai pasižiūriu publicistines laidas“).

Informacijos šaltinis „Internetas“ dažniausiai **akcentuojamas kai kalbama apie įvairios informacijos paiešką** („Internete yra viskas, reikia mokėti tik susirasti“; „<...> aš internete susirandu viską ko man reikia“), **filmų ir serialų peržiūras** („Filmus dažniausiai žiūriu per kompiuterį, nes gali persisiųsti kokį norį ir ilgų reklamų nėra <...>“; „<...> persisiunčiu serialus, visai neseniai žiūrėjau filmą „Seksas ir Miestas“; „Kartais pasižiūriu serialus <...>“), **naujausių madų tendencijas**, t. y. internetinės rūbų parduotuvės ir specializuotos laidos („<...> madomis pasidomiu“; „<...> man internete patinka pasižvalgyti po internetines parduotuves, kokios mados populiarios“; „<...> visko galima pasimokyti, prisiziūrėti madų, išsirinkti rūbų“), **muzikos paiešką** („<...> susirasti ir pasiklausyti populiariausių koncertų“; „<...> ir koncertus pasižiūriu“; „<...> pasiklausau muzikos“). Informacijos šaltinis „Internetas“ **lyginamas su „Televizija“ bei išskiriami interneto privalumai** („Kam žiūrėti televizorių, juk viską per kompiuterį rodo“; „<...> aš tai per televiziją iš vis nieko nežiūrius“).

G. Mažeikio (2006) manymu, žiūrovai ir skaitytojai tampa mase todėl, kad vienodai reaguoja ir daro vienodus stereotipinius apibendrinimus. Masėms būdinga elgsena, refleksai yra realizuojami ir rezultatas gaunamas tas pats – ne kūnai, o nuomonės sukuria visuotinumą, daro paskirą individą

sudedamąją tam tikrą „idėjų“ dalimi, spontaniškų emocijų protrūkio vykdytoju, žmonės virsta amorfiniu junginiu, sekančiu paskui savo refleksus bei emocijas.

Populiarumo taisyklės diktuoja propagandiniai mechanizmai. Jie apima didžiules mases, formuoja skaitytojo ar žiūrovo skonį, identitetą bei kuria įvairias iliuzijas. Masinės medijos agresyviai ir taikliai yra orientuotos į žiūrovą ar vartotoją, disponuoja praktiškai neribotomis galimybėmis daryti tiek teigiamą, tiek neigiamą poveikį informacijos vartotojams. *Nepilnametės yra speciali ir itin pažeidžiama informacijos gavėjų kategorija*. Paaugles domina tariamų dievaičių kultai, deklaruojami tobulo ar platinėmis operacijomis modifikuoto kūno standartai ir nuolatinė sekso ženklų akumuliacija žiniasklaidos kanalais.

*Reklamos vaizdas turi ne tik informuoti, bet žadinti norą įsigyti reklamuojamą objektą. Įtaiga didinama apeliacija į žiūrovo valią, mintis, nuostatas, įsitikinimus, elgesį. Mokslininkų (Tiggemann, 2003; Gill, 2007, Jankauskaitė, 2005; Janulienė, 2008 ir kt.) manymu reklama siekia ne pasyviai įtikinti adresatą, o taip jį paveikti, kad jis perkainotų vertybes ir pasirinktų siūlomą – „parduodamą gyvenimo modelį“ („<...> dabar kai pagalvoju, aš labai **reaguju į reklamas**. Įdomiausias, tek kur vyksta kažkoks veiksmas, **kur gražios aktorės madingai apsirengusios, reklamuoja pavyzdžiui kosmetiką ar rūbus <...> iš karto norisi nusipirkti ir taip atrodyti**“; „Na jo, ir **man patinka gražios reklamos**.<...> **Iš jų galima pasimokyti, kaip reikia madingai rengtis**“; „<...> mane domina tokios meniškos reklamos, pavyzdžiui šokolado „Karūna“ reklama. <...> ten tokia **graži moteris su raudona suknele vaikšto po paplūdimį. O plaukai kokie jos... <...> norėčiau taip atrodyti**“; „O man atrodo, kad **reklamose visos moterys vienodos: būtinai jaunos ir lieknos, ilgom kojom ir plaukais, dar dažnai – blondinės**.<...> atsimenu **Olialia kolos reklamą – gryniausias lėlės blondinės, visos vienodos, silikoninės**“).*

Reklama ir žiniasklaida leidžia moters kūną suvokti *ne kaip holistinį organizmą, tačiau kaip objektą, kurį Kito žvilgsnis gali stebėti, analizuoti bei interpretuoti*. J. Germanavičiūtės (2003) manymu, *žiniasklaida ir reklama kuria įvaizdį* (psichologijoje – vaizdinius) ignoruodama atskiras detales, arba konkrečius elementus priskirdama grupei. Dažnai naudojami vaizdiniai ir epitetai atitinkantys tam tikras auditorijos lūkesčius, poreikius ir nuostatas: *jei pop scenos žvaigždė – tai seksualiai patraukli ir provokuojanti*. Taip yra *kuriami atskirų žmonių, bendruomenių ar net visuomenės stereotipai, kurie dažnai lyginami su tapatumu* (Germanavičiūtės, 2003).

**Vaizdinę erdvę užpildę moters įvaizdžiai formuoja veikiau destruktivų, menkinantį požiūrį, nei išlaisvina savivoką**. M. Jankauskaitė (2005) analizuodama masinei kultūrai būdingas moterų įvaizdžio formavimo strategijas, siūlo vartoti „**kasdienės pornografijos**“ terminą, pornografiją suvokiant ne kaip tiesmuką kūno dalių pateikimą ar lytinį aktą, bet kaip vaizdavimo kodus, susietus su sudaiktinimo, objektyvizacijos, moters niekinimo, išnaudojimo, jos kūno baimės ir neapykantos

temomis (Jankauskaitė, 2005). „*Kasdienę pornografiją*“ ir pornografiją sieja tai, kad ir moteriška ir vyriška tapatybė konstruojama remiantis lyčių nelygybės požiūriu: sudaiktinimas, pavaldumas, prievarta, nužmoginimas funkcionuoja kaip erotinė stimuliacija. Reklamose ir žiniasklaidoje *moters kūnas virsta žvilgsnio objektu* (Caputi, 2003; Jankauskaitė, 2005): „<...> *man pavyzdžiui patinka sportininkų kūnai, jie tokie raumeningi, žinoma ir modelių, aktorių <...>*“; „<...> *o kai kurios nedaug turi rūbų, yra pusnuogės*“; „<...> *dabar tokia mada, kad žvaigždės pozuoja beveik nuogos. <...> Pavyzdžiui, vakar per kažkokią bulvarinę laidą, gal Kakadu, išgirdau, kad lietuviškos pop grupės „Šarkos“ narės ruošiasi nustebinti žiūrovus bei savo gerbėjus. Narės sumanė koncertuoti nuogomis krūtimis, spenelius pridengiant kažkokiais įmantriais, minimaliais daikčiukais*“.

**Ekspertų komentarai analizuojant vizualinėje žiniasklaidoje moters kūniškumo raišką:**

**LR Seimo narys Naglis Puteikis** akcentuoja, kad „*įtakoja visa žiniasklaida (spausdintinė ir nespausdintinė), reklaminiai klipai ir nuotraukos, pirmiausiai alkoholio, ypatingai sidro ir visa reklaminė produkcija kurioje rodomi standartizuotai apnuoginti moterų kūnai. <...> Per televizoriaus ekraną, aš jau nekalbu apie elektroninę erdvę, dažnai tenka matyti laidų kuriose pop žvaigždės pasirodo vos kelias rūbais prisidengusios savo kūnus. Užsienio ir mūsų padangės žvaigždės pakanka parodyti seksualių, striptizo šokėjoms būdingų judesių ir sėkmė topų viršūnėse yra garantuota*“.

**Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė Ramunė Želionienė** teigia, kad „*vaikui nuo mažų dienų norisi lygiuotis. <...> Stebimas moteriško elgesio modelis turi būti laimingas, susilaukti įvairios sėkmės gyvenime. <...> Kai artimiausia aplinka stokoja mergaitei dėmesio, mergaitė natūraliai siektinų pavyzdžių nusižiūri kitoje aplinkoje. Visa vartotojiška kultūra meluoja mergaitėms, kad tik seksualios moterys gali sulaukti sėkmingų vyrų dėmesio. Taigi, sakyčiau, kad įgyvendinti populiariosios kultūros grožio simbolius vs standartus mergaites skatina jų artimoji aplinka, kurioje trūksta suaugusiųjų moterų, kaip siektinų pavyzdžių dėmesio; taip pat apie moteriškumo ir vyriškumo prigimtį trūksta švietimo; informacijos srautuose jaunam žmogui galima lengvai pasiklysti, todėl yra bandomi į vairūs elgesio modeliai. Nuisavinamas tas modelis, su kuriuo mergaitė sulaukia didesnės sėkmės pagal jos vertinimo kriterijus*“.

**Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė** teigia, kad „*paauglės mergaitės, mano manymu, siekia įgyvendinti populiariausios kultūros grožio standartus, atsižvelgiant į masinės informavimo priemones: įvairūs žurnalai, TV laidos, internetiniai puslapiai, serialai. Jos akivaizdžiai mato, kad šiuo metu madinga yra jauna, liekna, šviesiaplaukė, seksuali moteris ir daugelis paauglių siekia įgyvendinti mano minėtus standartus. Šias tendencijas pastebiu ir mokykloje*“.

**Žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjas Deividas Velkas** teigia, kad „*tenka visiškai sutikti su apklausiamos focus grupės nuomone, kad paauglės save pateikti mokosi iš tų pačių „autoritetų“ žurnaly. Tokiu būdu nepilnamečiams multiplikuojama suaugusiųjų kultūra, kūno kultas. Tokią kūno kalbą nepilnamečiai mėgdžioja, prima ir nekritiškai pritaiko savo atžvilgiu. Juo dažniau tokia informacija demonstruojama, juo didesnį skatinamąjį poveikį ji turi. 2007 m. Žurnalistų etikos inspektoriaus tarnyboje*



buvo atliktas išsamus vaikams ir paaugliams skirtų žurnalų turinio tyrimas „Suaugusiųjų kultūros multiplikacija žurnaluose, skirtuose vaikams ir paaugliams“, kuriame aptariamas neigiamas informacijos poveikis nepilnamečiams skirtuose žurnaluose pagal amžiaus grupes“.

Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas teigia, kad „be jokios abejonės 14 – 15 metų *mergaitės kūniškumo, seksualumo pamokas pirmiausiai gauna iš žiniasklaidos, iš TV reklamų, įvairių šou, kur pristatomos madingos, standartinės, beveik nuogos scenos žvaigždės* (pvz., buvusi Olialia grupė, Yva ir pan.), internetinių tinklapių, serialų ir pan“.

#### **5. 1. 6. 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos grėsmės socialiniuose pažinčių tinklapiuose**

Žurnalistų etikos inspektoriaus 2007 – 2008 metų analitinėje apžvalgoje (2009) teigiama, kad interneto vartotojai jaučiasi saugūs komunikuodami socialiniuose pažinčių tinklapiuose, kadangi bendravimas juose pagrįstas uždaros vartotojų grupės principu. Žurnalistų etikos specialistų manymu, saugumo jausmas yra iš dalies apgaulingas, jis lemia tai, kad socialinių pažinčių tinklapių vartotojai mažiau saugosi, labiau pasitiki, todėl ne kritiškai vertina gaunamą informaciją. Žurnalistų etikos inspektoriaus 2007 – 2008 metų analitinėje apžvalgoje (2009) teigiama, kad būtent uždaroje vartotojų grupėse, taip pat ir socialiniuose pažinčių tinklapiuose, platinama neteisėto turinio informacija yra mažiau stebima, todėl tokios informacijos platinimo mastas gali būti sąlyginai didesnis.

*Galimos grėsmės vartojant internetą yra skelbiamos* Žurnalistų etikos inspektoriaus 2007 – 2008 metų analitinėje apžvalgoje (2009): 1) Įžeidinėjimai, priekabiavimai, šmeižtas, patyčios socialiniuose pažinčių tinklapiuose dažniausiai tikėtinas iš bendraamžių nei iš suaugusių asmenų. 2) Yra žinoma apie galimas potencialias viktimizacijos grėsmes, tačiau trūksta tyrimų, kuriuose būtų nagrinėjamas žalingos informacijos poveikis, prigimtis ir paplitimo mastas. 3) Išlaikant pasitikėjimo ir privatumo principus, tėvams / globėjams būtina įsitraukti į vaikų buvimo tinkle veiklas. 4) Šveitimas ir sąmoningumo ugdymas yra pagrindiniai veiksniai apsaugantys nepilnamečius nuo žalingos informacijos. 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos grėsmės socialiniuose pažinčių tinklapiuose (žr. 7 lentelę).

**7 lentelė**

<b>Ivykiai internete</b>	<b>Focus grupės dalyvių komentarai</b>
<b>Asmeninės informacijos išplatinimas</b>	„Aš tai pasimokiau, kaip mano telefono numerį sužinojo kitos klasės berniukai. <...> Kažkas <i>pasižiūrėjo facebooke ir jiems nusiuntė</i> . Dabar visa mano asmeninė informacija yra užblokuota nuo svetimų“ (B2). „Mano <i>nuotraukas buvo nukopijavę</i> <...> (F6). „Ir mano <i>nuotraukas nukopino</i> “ (A1).

	„<...> visi viską kopijuoja, va <i>mano anketą kažkas draugo puslapyje nukopijavo ir tokią pat susikūrė</i> “ (D4).
<b>Nepažįstamų asmenų laišakai</b> (socialiniuose pažinčių tinklapiuose) ir <b>kvietimas bendrauti / draugauti</b>	„<...> <i>esu gavusi</i> ir ne vieną. Jei normaliai parašo tai atsakau, jei rašo nesąmones iš karto ištrinu“ (E5). „<...> mane tai nervuoja, kai kiti pradeda kaupti draugus, <...> pažįsta, nepažįsta, bet visus kviečia draugauti. Aš <i>pastoviai tokių kvietimų gaunu</i> “ (C3). „Žinoma, kad <i>gaunu laiškus iš nepažįstamų</i> . <...> O kas jų negauna, <...> man tokie dalykai nepatinka“ (F6). „<...> o man kartais visai įdomu kai <i>parašo nepažįstami</i> , taip plečiasi draugų ratas ir galima susirasti labai vertingų pažinčių. Juk ne visi internete iškrypėliai“ (A1). „<...> susirašinėju su nepažįstamu vaikinu, o dabar mano draugu tapo <...>“ (B2).
<b>Šmeižimas</b> (skleidžiama melaginga informacija, gandai)	„<...> dažniausiai būna taip, kad <i>prirašo ant feisbuko sienos visokių nesąmonių, nes nori supykdyti</i> “ (D4). „<...> dažniausiai netiesos skleidimu užsiima mergaitės. Kažkada buvo prirezgusios <i>visokių nesąmonių, prisiregistravusios visai kitais žmonėmis ir prirašiusios, taip pat ant mano sienos feisbuko sienos. Šlykščiai pasielgė</i> “ (F6).
<b>Patyčios</b>	„<...> man taip nebuvo, bet <i>žinau vieną mergaitę kurios nuotrauką sumontavo, jos galvą pridėjo prie kito, kažkokio nuogo kūno ir išsiuntinėjo draugams</i> . <...> <i>Baisu buvo, visi juokėsi</i> , o kiti net patikėjo, kad tai ji“ (F6). „<...> ir aš žinau ne vieną tokį <i>nutikimą, kai sumontuoja nuotraukas</i> . Man pačiai, ačiū dievui, neteko tokių dalykų patirti“ (A1).
<b>Nepažįstamų asmenų prašymas pasirodyti vaizdo kameroje, atsiųsti savo nuotraukas</b>	„<...> buvo keistuolis vieną kartą bacebooke atsiradęs. Nežinau, kiek jam metų, nes nebuvo savo amžiaus nurodęs. <...> Rašė man laiškus kažkoks lietuvis ir norėjo mane <i>pamatyti pradžiai per skaipą, prašė mano nuotraukų ir sakė, kad nori susitikti gyvai</i> “ (A1). „<...> iš pradžių bendrauja laiškais, o po to nori <i>išgirsti balsą ar pamatyti per skaipą, prašo telefono numerio</i> “ (C3). „ <i>Aišku, kad yra tokių kurie prašo ir nuotraukų ir telefono numerio ir skaipto adreso</i> <...>. Aš suprantu, kad rizikuočiau jei pasakyčiau“ (E5).
<b>Kvietimas susitikti realiai</b>	„<...> <i>gaunu tokių kvietimų</i> <...> su drauge, sakiau reikia gal susitikti kokioje viešojoje vietoje, kur labai daug žmonių, gal Saulės mieste ir pasižiūrėti kas jis toks“ (G7). „<...> man tai smalsu būtų pasižiūrėti koks žmogus ateitų. <...> ką jau jis blogo padarys“ (B2). „<...> ir aš <i>esu gavusi tokių kvietimų</i> . <...> Iš karto ištyniau iš draugų, man nemalonūs tokie kvietimai“ (D4). „<...> <i>žinoma, kad kvietė</i> . <...> Man tai baisu būtų susitikti. O jei jis koks nesveikas ir iškrypęs“ (F6).
<b>Seksualinis priekabiavimas</b>	„<...> buvo toks vienas iškrypėlis, jaučiu koks pedofilas, <i>prašė manęs nuotraukų su maudymosi kostiumėliu</i> . Fu, šlykštu net prisiminti“ (C3). „<...> ir manęs prašė <i>atsiųsti nuotraukų iš pliažo</i> “ (A1). „<...> pilna one puslapyje tokių nesveikų. <...> <i>Prašo nuotraukų su naktiniais ar pižama</i> . Trinu lauk iš karto“ (B2).

7 lentelė. Focus grupės dalyvių, 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos interneto grėsmės.

Dažniausiai pasitaikančia grėsme fokus grupės dalyvės įvardina: „**Nepažįstamų asmenų laišakai** (socialiniuose pažinčių tinklapiuose) **ir kvietimas bendrauti / draugauti**“, taip pat „**Nepažįstamų asmenų prašymas pasirodyti vaizdo kameroje, atsiųsti savo nuotraukas**“. Nepažįstamųjų asmenų laišakai vertinami dvejopai: paauglės vertina teigiamai, mato galimybę

praplėsti savo draugų ratą („<...> o man kartais visai įdomu kai parašo nepažįstami, taip plečiasi draugų ratas ir galima susirasti labai vertingų pažinčių; <...> susirašinėjau su nepažįstamu vaikinui, o dabar mano draugu tapo“) ir **vertina neigiamai, nes įžvelgia galimas grėsmes** („žinoma, kad gaunu laiškų iš nepažįstamų. <...> O kas jų negauna, <...> man tokie dalykai nepatinka“).

**„Kvietimas susitikti realiai“ paauglių mergaičių vertinamas dvejopai: 1) kaip rizika** („<...> Man tai baisu būtų susitikti. O jei jis koks nesveikas ir iškrypęs“; „<...> Iš karto ištyniau iš draugų, man nemalonūs tokie kvietimai“) ir **kaip smalsumas, noras pažinti, pamatyti** („<...> man tai smalsu būtų pasižiūrėti koks žmogus ateity. <...> ką jau jis blogo padarys“; „<...> gal susitikti kokioje viešojo vietoje, kur labai daug žmonių, gal Saulės mieste ir pasižiūrėti kas jis toks“).

**Seksualinis priekabiavimas vertinamas, kaip grėsmė** („<...> buvo toks vienas iškrypėlis, jaučiu koks pedofilas, prašė manęs nuotraukų su maudymosi kostiumėliu“; „<...> ir manęs prašė atsiųsti nuotraukų iš pliažo“; „<...> Prašo nuotraukų su naktiniais ar pižama“).

**Rečiau sutinkamos grėsmės yra „Patyčios“ ir „Šmeižimas“.** „Šmeižimas“ vertinamas neigiamai ir traktuojamas, kaip neteisingos informacijos skleidimas („<...> dažniausiai būna taip, kad prirašo ant feisbuko sienos visokių nesąmonių, nes nori supykdyti“), o analizuodamos „**Patyčių**“ atvejus rėmėsi ne asmenine patirtimi, bet pažįstamų merginų atvejais („<...> žinau vieną mergaitę kurios nuotrauką sumontavo, jos galvą pridėjo prie kito, kažkokio nuogo kūno ir išsiuntinėjo draugams. <...> Baisu buvo, visi juokėsi, o kiti net patikėjo, kad tai ji“; „<...> ir aš žinau ne vieną tokį nutikimą, kai sumontuoja nuotraukas“). Mergaitės akcentavo „**Asmeninės informacijos išplatimą**“ kaip grėsmę („Aš tai pasimokiau, kaip mano telefono numerį sužinojo kitos klasės berniukai <...>“; „Mano nuotraukas buvo nukopijavę“; „<...> nuotraukas nukopino“).

Apibendrinant tyrimo dalį, išryškėjo mergaičių suvokiamos ir patiriamos interneto grėsmės socialiniuose pažinčių tinklapiuose: kvietimai susitikti realiai, nepažįstamų asmenų laiškai, seksualinis priekabiavimas, asmeninės informacijos išplatimas ir pan.

#### **5. 1. 7. 14 – 15 metų paauglių mergaičių ir tyrimo ekspertų projektuojama viktimizacijos prevencija**

*Viktimizacija* vartojant internetą nurodo tapsmą interneto auka, kai interneto vartotoja patiria įvairias interneto grėsmes bei žalingas pasekmes. Tai gali būti seksualinio pobūdžio rizikos, seksualinių kontaktų paieška, psichologinis, fizinis smurtas (susitikus realiai), šmeižtas, patyčios ir pan.

Tyrimo rezultatai parodė, kad mergaitės, aptarinėdamos savo patirtis socialiniuose pažinčių tinklapiuose, sugeba ne tik atpažinti galimus įvairius pavojus, bet ir įvardinti potencialias prevencines

priemonės: siūloma apie asmenines patirtis kalbėti mokykloje, per etikos pamokas, pavojus ir grėsmes aptarti šeimoje, bendraamžių draugijoje ir pan. (žr. 8 lentelę).

8 lentelė

Kategorijos	Subkategorijos	Prasminių kontekstų, teiginių pavyzdžiai
Diskusija (refleksija)	Mokykla (per etikos pamokas)	<p>„&lt;...&gt; man atrodo kad būtų galima apie tai kalbėti per etikos pamokas“ (E5).</p> <p>„ Atsimenu per etikos pamoką mokytoja kalbėjo apie feisbuko atvejį. &lt;...&gt; kai dar kartą išgirsti – susimąstai“ (G7).</p> <p>„&lt;...&gt; jei normali mokytoja, supranta ir nesišaip, tai tikrai naudinga apie tai kalbėti“ (C3).</p> <p>„Kažkada socialinė darbuotoja ir etikos mokytoja pristatė kažkokį atliktą tyrimą apie maniakus soctinkliuose. &lt;...&gt; Įdomu ir naudinga buvo“ (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; pirmiausiai turi pasitikėti mokytoja ir tik tuomet galima kalbėti. &lt;...&gt; Per lietuvių ar matematikos pamokas šios temos nepaliesi“ (D4).</p>
	Šeima	<p>„&lt;...&gt; aš su mama turiu labai artimus santykius, tai jei iškyla kokių problemų ar gaunu kokių nors neaiškių laiškų – pasakau mamai“ (G7).</p> <p>„Mama visada paklausiai ką aš veikiu internete, kokiuose puslapiuose bendrauju, visada sako, kad būčiau atsargi, o tėtis pyksta, kad daug laiko feisbuke praleidžiu &lt;...&gt;“ (D4).</p> <p>„Aš su savo tėvais apie viską galiu kalbėti, viską pasakyti. Vat močiutė – sena, nesupranta ką ten tame internete reikia veikti“ (A1).</p> <p>„Vat mano mama prisižiūrėjo visokių laidų ir galvoja, kad internete vieni iškrypėliai mergaičių tykoja. &lt;...&gt; manęs dažnai tėvai paklausia kokiuose puslapiuose būnu. &lt;...&gt; atvirai su mama kalbu, neturiu ko slėpti“ (B2).</p> <p>„Mano tėvai taip pat yra feisbuke, tai supranta koks ten bendravimas vyksta. &lt;...&gt; kažkada įsiėjau tokią mandrią savo nuotrauką, tėtis tuoj liepė ištrinti“ (F6).</p>
	Draugai, bendraamžiai	<p>„&lt;...&gt; su draugėmis pakalbame apie viską. Bendrų draugų turime ir atvirai bendraujame, pasisakome viena kitai jei kokius pvz., keistus laiškus gauname“. (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; žinoma, kad su draugais kalbame, nes visko negali pasakyti tėvams“ (G7).</p> <p>„&lt;...&gt; draugės pasidalina informacija apie visokius keistuolius, tai žinodama jų nepriimu į draugus“ (B2).</p> <p>„&lt;...&gt; nedaug turiu tokių draugę kuriomis galiu pasitikėti ir viską papasakoti. &lt;...&gt; Dviem pasitikiu, tai papasakojau, kaip kažkoks iškrypėlis kvietė susitikti“ (C3).</p>
Tragiški įvykiai	Publicistinės TV laidos	<p>„&lt;...&gt; visai nesenai žiūrėjau Rūtos laidą. Baisu buvo, rodė, kaip kažkokią mergaitę išprievartavo pažįstami iš feisbuko“. (A1).</p> <p>„&lt;...&gt; mes visos matėme tą baisią laidą. &lt;...&gt; Susitikusios apie tai kalbėjome“. (G7).</p> <p>„&lt;...&gt; o man šiurpiausiai laida buvo apie tą trylikametę mergaitę, alytiškę, kurią nužudė. &lt;...&gt; Su draugėmis kalbėjome, kad tokios nelaimės iš karto priverčia susimąstyti“ (D4).</p> <p>„&lt;...&gt; aš žiūrėjau laidą, apie tai kaip moteris per prievartą išveža į užsienį ir parduoda į viešnamius. Baisu kokį skausmą teko joms iškęsti &lt;...&gt;. Susipažino per feisbuką“ (C3).</p>
	Dokumentiniai ir meniniai filmai	<p>„&lt;...&gt; kartu su mama žiūrėjome filmą baisų filmą apie tai, kai mergaitė įsimyli daug už save vyresnį vyrą. &lt;...&gt; o jie susipažino kažkokiame pažinčių portale. Po to paaiškėjo, kad jis maniakas ir iškrypėlis pedofilas“ (A1).</p>

		„<...> mes su draugėmis žiūrėjome „Megan is missing“. Siaubo filmas. Kaip baisiai tas mergaites nužudo. <...> O susipažino tai socialiniuose tinklapiuose“ (D4).
--	--	--

8 lentelė. 14 – 15 metų paauglių mergaičių projektuojama viktimizacijos prevencija.

Kategoriją „**Diskusija (refleksija)**“ išreiškiama subkategorijomis „**Mokykla**“, „**Šeima**“, „**Draugai / bendraamžiai**“, o kategorija „**Tragiški pavyzdžiai**“ išreiškiami subkategorijomis „**Publicistinės TV laidos**“ ir „**Dokumentiniai ir meniniai filmai**“.

Subkategorijoje „**Mokykla**“ tyrimo dalyvės akcentuoja galimybę, **bendrauti jautriomis temomis per etikos pamoką** („<...> būtų galima apie tai kalbėti per etikos pamokas“). **Etikos mokytojai būtina sąlyga – supratingumas ir mokinių pasitikėjimas** („<...> pirmiausiai turi pasitikėti mokytoja ir tik tuomet galima kalbėti“; „<...> jei normali mokytoja, supranta ir nesišaipu, tai tikrai naudinga apie tai kalbėti“).

Subkategorijoje „**Šeima**“ išryškėja **artimi santykiai** („<...> aš su mama turiu labai artimus santykius. <...> pasakau mamai“; „Aš su savo tėvais apie viską galiu kalbėti, viską pasakyti“), **vaikų pasitikėjimas tėvais** („<...> atvirai su mama kalbu, neturiu ko slėpti“). Akcentuojamas **tėvų domėjimasis vaikų veikla internete** („<...> Mama visada paklausia ką aš veikiu internete, kokiuose puslapiuose bendrauju“; „<...> manęs dažnai tėvai paklausia kokiuose puslapiuose būnu“; „<...> kažkada įsiėjau tokią mandrią savo nuotrauką, tėtis tuoj liepė ištrinti“).

Subkategorijoje „**Draugai, bendraamžiai**“ tyrimo dalyvės taip pat **akcentavo pasitikėjimą** („<...> atvirai bendraujame, pasisakome viena kitai jei kokius pvz., keistus laiškus gauname“; „<...> Dviem pasitikiu, tai papasakojau, kaip kažkoks iškrypėlis kvietė susitikti“), **bendrus interesus** („<...> draugės pasidalina informacija apie visokius keistuolius“).

Subkategorijoje „**Publicistinės TV laidos**“ mergaitės patvirtina, kad per televiziją žiūri publicistines laidas, **kuriose yra analizuojamos įvairios probleminės sritys, jau atsikę tragiški įvykiai**. Pasižiūrėjus laidas **vyksta draugių rate refleksija, laidos, matyti siužetai yra analizuojami ir aptariami** („<...> mes visos matėme tą baisią laidą. <...> Susitikusios apie tai kalbėjome“; „<...> Su draugėmis kalbėjome, kad tokios nelaimės iš karto priverčia susimąstyti“), **išreiškiami jausmai** („<...> o man šiurpiausiai <...>“; „Baisu buvo <...>“; „Baisu kokį skausmą teko joms iškęsti <...>“).

Subkategorijoje „**Dokumentiniai / meniniai filmai**“ išryškėjo tai, **kad filmai apie internetines grėsmes yra žiūrimi kartu su tėvais** („<...> kartu su mama žiūrėjome filmą“), **draugėmis** („<...> mes su draugėmis žiūrėjome „Megan is missing““).

Apibendrinant šią tyrimo dalį, galima teigti, kad diskusinės focus grupės dalyvės atvirai bendrauja su tėvais, kartais teiraujasi tėvų nuomonės, prašo patarimo, o tėvai domisi kokiuose

tinklapiuose jų dukros praleidžia laiką, su kuo bendrauja. Šeimoje peržiūrimi dokumentiniai filmai apie internetines grėsmes, aptariami, o per refleksiją ir diskusiją vyksta sąmoningumo ugdymo procesas. Pačių tyrimo dalyvių nuomone, per etikos pamokas, būtų tikslinga ir naudinga analizuoti galimas viktimizacijos grėsmes, pasidalinti ir sava, ir pažįstamų, draugų asmenine patirtimi. Tam, kad vyktų prasmingas ir naudingas bendravimas ugdytojui keliami sąlyga – mokytojas turi būti patikimas.

#### **Viktimizacijos prevencijos perspektyvos ekspertų požiūriu:**

**Šiaulių miesto savivaldybės administracijos Vaiko teisių apsaugos skyriaus vyr. specialistės Rūta Janulienė ir Eglė Lazdauskienė** teigia, kad *„kad pirmiausiai tėvai turi domėtis ką jų nepilnametis vaikas veikia internete, kokiuose puslapiuose daugiausiai praleidžia laiko, kokią viešina informaciją. Ugdymo įstaigose turi būti vykdoma švietėjiška veikla, ugdomas paauglių sąmoningumas“*.

**Žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjas Deividas Velkas** į klausimą kas turėtų rūpintis, kad nepilnamečiai išvengtų grėsmių vartojant internetą, teigia kad *„tas, kuris rūpinasi nepilnamečio gerove ir yra atsakingas už jo vystymąsi: pirmiausia tėvai, tada švietimo (ugdymo) įstaigos. Kita lieka įvairioms institucijoms, kurios dažniausiai kovoja tik su pasekmėmis, bet ne su priežastimis. <...> Pirmiausia reikėtų mokyti nepilnamečius saugumo taisyklių internete (ne tik gatvėje) – mokymas (švietimas) ir supratimas (sąmoningumas) yra pagrindiniai faktoriai, apsaugantys nepilnamečius nuo žalingo informacijos turinio. Antra, nepilnametis, nusprendęs prisijungti prie socialinio tinklo, pirmiausia turi apsispręsti, ar verta save identifikuoti ar ne. Turėtų būti įvertinama bet kurios privačios informacijos ar nuotraukų paskelbimo rizika. Trečia, tėvams būtina įsitraukti į vaikų buvimo tinkle veiklas, tačiau tuo pačiu svarbu išlaikyti privatumo ir pasitikėjimo principus“*.

**Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas** teigia, kad *„kitų šalių praktika rodo, kad pavojingi nusikaltėliai, žudikai, pedofilai gali apsimetinėti vaikais siekiant medžioti aukas. <...> Užsienio režisieriai yra sukūrę nemažai meninių filmų, remiantis tikrais faktais, kuriuose parodomi jau įvykę tragiški atvejai. Vienas iš tokių filmų „Megan is missing“ (2011). Jį reikėtų rodyti mokyklose, pavyzdžiui per etikos pamokas, siekiant užkirsti kelią tragiškiems įvykiams. Filme pateikta medžiaga dar kartą paliudija, kad socialiniuose pažinčių tinklapiuose slypi daug viktimizacijos grėsmių: kai kurie vyrai sąmoningai klastoja savo amžių, publikuoja ne savo nuotraukas, slepia savo identitetą. <...> Pastarųjų metų užsienio praktika rodo, kad būtent socialiniuose pažinčių tinklapiuose maniakai ieško savo aukų, kurias įvilioję į spąstus vėliau nužudo. <...> Reikia didinti visų – paauglių, tėvų ir pedagogų – žinojimą ir supratimą, kas vyksta internete. Būtina kuo daugiau inicijuoti diskusijų mokyklose ir pokalbių laidų per televiziją, turėtų būti įgyvendinami socialinės reklamos projektais šiais klausimais, kad patys paaugliai suvoktų galimas viktimizacijos grėsmes bei sugebėtų atpažinti pavojus.*

**Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė** teigia, kad *„14 – 15 metų paauglės nepatirtų grėsmių vartojant internetą, pirmiausiai turėtų rūpintis jų tėvai / globėjai.*

*Manau, kad viktimizacijos prevencija turi būti įgyvendinta jau pradinėse mokyklose. Vaikai turi žinoti, kokie yra interneto privalumai, kokios galimybės. Vaikams taip pat svarbu žinoti, kokios yra grėsmės vartojant internetą bei kaip jų būtų galima išvengti. Akcentuoju, kad ugdant paauglių psichologinį ir socialinį atsparumą, veiksmingas yra šeimos ir ugdymo įstaigos bendradarbiavimas, kuriuo metu apie tuos pačius dalykus kalbama ir šeimoje, ir ugdymo įstaigoje. Praktika rodo, kad draudimai, ribojimai nėra veiksmingos priemonės. <...> Mokykloje būtų labai naudinga organizuoti įvairius diskusijų užsiėmimus, kuriuose norintieji pasidalintų savo patirtimi, o tokias diskusijas turėtų vesti patyrę specialistai“.*

**LR Seimo narys Naglis Puteikis** akcentuoja, kad „*pirmoje vietoje pagrindinius ribojimus turi atlikti valdžiai, tokius kokius mes matome pavyzdžiui Amerikoje, ar toje pačioje liberalioje Olandijoje <...>. Akcentuoju, kad yra būtinos techninės priemonės kurios padėtų apsaugoti internetu ir kitomis informacijos technologijomis besinaudojančius paauglius, kurių pagalba būtų galima operatyviai reaguoti į naujus reiškinius ir užkirs kelią neteisėto turinio, ypač su vaikų seksualiniu išnaudojimu, viliojimu ir priekabiavimu susijusios medžiagos, platinimui internetu. Manau, reikėtų skatinti techninių sprendimų, skirtų kovai su neteisėtu turiniu ir žalingu elgesiu internete, kūrimą bei taikymą. Reikėtų griežtai bausti socialinių tinklapių administratorius, kurie laidžia paaugliams talpinti seksualias, provokuojančias nuotraukas <...>. Reikėtų bendradarbiauti ir keistis įvairia patirtimi, geriausia praktika, vietos, regionų, Europos bei tarptautiniu lygmeniu. <...> Antroje vietoje – šeima. Tėvai turėtų rasti laiko pasikalbėti su vaikas, kartu praleisti savaitgalius, pasidomėti kur kokiuose internetiniuose tinklapiuose jų vaikas praleidžia laisvalaikį, kokią informaciją viešina, realybėje, – kas jo draugai, kokie vaiko pomėgiai ir pan. <...> Trečioje vietoje turi būti mokykla. Mokyklose ugdytojai turėtų vaikus skatinti dalyvauti kuriant saugesnę interneto aplinką. Vaikus įtraukti į veiklą, siekiant geriau suprasti jų požiūrį į naudojimąsi interneto technologijomis ir su tuo naudojimusi susijusią patirtį, gauti iš pačių vaikų žinių bei rekomendacijų, kaip virtualią aplinką padaryti saugesnę. Reikėtų parengti mokymo, švietimo medžiagą, konsultuojantis su ekspertais, skirtą informacijos technologijų ir žiniasklaidos priemonių naudojimo įgūdžiams ugdyti, kurioje būtų kalbama apie saugesnę elektroninę aplinką ir neteisėto turinio bei žalingo elgesio grėsmes. Kalbant apie viktimizacijos prevenciją dėmesys neturėtų būti sutelktas vien tik į paauglių apsaugą, taip pat reikėtų siekti, kad jie būtų mokomi saugiai naudotis internetu, kad išmoktų kritiškai ir sąmoningai vertinti bei atsirinkti gaunamą informaciją“.*

**Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė Ramunė Želionienė** teigia, kad „*pirmiausiai atsakingi yra tėvai. Kai mes negalime užtikrinti vaikų saugumo, mes kai kuriuos dalykus esame priversti drausti. Tai būtų kraštutinė priemonė po nepageidaujamų pasekmių. Geriausia prevencija – tai kokybiškas laikas vaikams, tai pilnaverčio užimtumo organizavimas ir pan. Nereikia iš anksto prisigalvoti grėsmių, tačiau puoselėjamas atvirumas šeimoje yra labai svarbus. <...> Kalbant apie prevenciją, manau efektyviausias rezultatas, kai poveikis yra kompleksinis. Tėvai atlieka savo pareigą, valstybė rūpinasi savo piliečiais, ugdymo įstaiga paruošia vaikus gyvenimui t. t. <...> Paauglei neturi būti prieinama tam tikra informacija, tam tikros internetinės svetainės. Būtina demonstruoti neabejingumą savo ir kitų vaikams. <...>*

*Jei mokykloje veiktų bendraminčių rateliai, saviugdų klubai, vaikai turėtų saugią terpę savo atvirumui. Kai kuriais atvejais, iš tiesų, svarbu bendrauti su panašiais, panašią patirtį turinčiais. Didelė spraga – tai tėvų švietimas. Tikiu, kad šviesdami tėvus, juos pastiprinsime ir sudarysime sąlygas daryti mažiau klaidų auklėjant vaikus. Mokykla ir valstybė turi pagelbėti tėvams, kurie nežino, ką ir kaip daryti su savo vaikais. Kiekvienas specialistas turi būti atsakingas už tam tikrą visuomeninę veiklą, nes ne visi prisiskambins ir ateis pas psichologą į konsultaciją.“.*

## 5. 2. Nuotraukų analizė

Fotografija svarbi komunikacijos sąveikos kontekste. R. Barthes (2000) fotografiją traktuoja kaip *vaizdinį ženklą*, tiesiogiai susijusį su realybe. G. Sonesson (1989) teigimu fotografija nereikalauja tikėjimo joje užfiksuotos tikrovės autentiškumu, ji suteikia žinojimą, pagrįstą jutimine patirtimi. Fotografija byloja ne teiginiais, kuriais galima būtų tikėti arba netikėti, bet pateikia „įrodymus“, patvirtinančius, kad nuotraukoje matoma tikrovė iš tikrųjų egzistavo tuo momentu, kai paauglė mergaitė buvo fotografuojama (Pabedinskas, 2007). Fotografija dokumentuoja tikrovę, o fotografijos dokumentiškumas tampa prasmingas tuomet kada yra subjektyviai interpretuojamas. R. Barthes (2000) teigia, kad tik „prisiimdama kaukę“, t. y. įgydama sociokultūriškai suformuotą reikšmę, fotografija gali nurodyti fotografuojamo asmens identitetą. Individas prieš foto objektyvą pradeda elgtis „nenatūraliai“, atlieka tam tikrą vaidmenį, įkūnydamas įsivaizduojamą personažą. Fotografija, R. Barthes manymu, visada parodo tik ekspresyvų kūną, neišvengiamai priskiria jo atvaizdui vienokią ar kitokią reikšmę, t. y. suteikia fotografuojamam asmeniui „kaukę“, jo kūną paversdama ženklu, kurio reikšmę lemia žiūrovo sociokultūrinis kontekstas.

Viešų profilių nuotraukų interpretacijos būdai yra sociokultūriškai sąlygoti, ypatingai tai matosi mėgėjiškose nuotraukose, nes jose svarbiau už estetinę formą yra tai, ar *aiškiai ir tiksliai nuotraukos perteikia informaciją apie nufotografuotą paauglę*. Socialinių pažinčių tinklapių fotografijos tikslas yra vaizduoti aiškia socialinę prasmę turinčius gestus, pozas, stereotipines asmens tapatumo reprezentacijas.

Remiantis vaizdo dokumentų (nuotraukų) tyrimo metodologija dėmesys buvo akcentuojamas (Denscombe, 2003; Bitinas, Rupšienė, Žydžiūnaitė, 2008): 1) ką reiškia tai, kas vaizduojama nuotraukose? 2) Koks yra vaizdo dokumento (nuotraukos) reprezentacijos kontekstas?

Nuotraukos surinktos iš socialinių pažinčių tinklapių *faceboo.com, draugas.lt*, „ieškok.lt, one.lt. Analizuojant 14 –15 metų paauglių mergaičių nuotraukas pasirinktos dvi kategorijos „**Seksualus savęs, savo kūno pateikimas**“ ir „**Neseksualus savęs, savo kūno pateikimas**“, nes binariniu



opoziciniu skirstymu siekiama parodyti **priešingumą**. Buvo išskirti prasminiai kriterijai / subkategorijos: veido išraiška, kūno gestikuliacija, apranga, aplinka ir daiktai.

**1 nuotraukų grupės analizė (žr. 5 priedą, 113 puslapis).**

**9 lentelė**

<b>Prasminis kriterijus / subkategorija</b>	<b>Nuotraukos analizė</b>
<b>Veido išraiška</b>	Veidas vienas iš svarbiausių išraiškos kodų. Lūpų, akių, antakių, skruostikaulių tarpusavio sąveika sudaro veido išraiškos reikšmių visumą (Barthes, 2000). 7 nuotraukoje mergaitės lūpos geidulingai pravertos. 1, 2, 4, 5, 6 nuotraukose akcentuojamas lūpų jusliškumas, geidulingumu mergaitės stengiasi atkartoti reklamose, žiniasklaidoje matomas modelių ar pop scenos žvaigždžių išraiškas. 3 nuotraukoje – natūrali, nuoširdi šypsena. Mergaičių makiažas yra neryškus ar nepastebimas.
<b>Kūno gestikuliacija</b>	Lieknos mergaitės siekia parodyti savo fizinį kūno patrauklumą, stebimas rizikingas noras greičiau tapti suaugusiomis. Visos nuotraukos – statiški biustiniai portretai, kompozicija gana paprasta, beveik visos mergaitės pasisukusios trim ketvirčiais į kairę arba į dešinę pusę. Kuriamas artimumo ir intimumo įspūdis. Nuotraukose vyrauja panaši kūno laikysena, mergaitės šiek tiek palenkusios ir pasukusios galvą, žaidžiamas gundymo žaidimas, stebimi erotiškai provokuojantys ir atsikartojantys kūno judesiai. A. Mickūno (2010) manymu kūno gestikuliacija yra „raštas“, apibūdinantis žmogaus troškimus ir kartu dalykus bei įvykius, kurie tuos troškimus gali išpildyti.
<b>Apranga</b>	Drabužis – tai momentas, kai juslinis dalykas tampa ženklinančiuoju, t. y. drabužis yra tai, per ką paauglių kūnas tampa ženklinančiuoju, tad ir ženklų ar savo paties ženklų nešiotu (Barthes, 2007). Nuotraukose mergaičių seksualumą pabrėžia atviri (dėvimos palaidinės ant petnešėlių su gilia iškirpte), spalvoti rūbai, kūnas nesuvaržytas, visas dėmesys yra atkreipiamas į kaklo, viršutinės krūtinės dalies nuogumą, pečių liniją, raktikaulio linkį. 3, 4, 5, 7, 8 nuotraukose pečių liniją dengia ilgi mergaičių plaukai. Mergaitės nenaudoja aksesuarų.
<b>Aplinka ir daiktai</b>	Aplinka buitiška, visas dėmesys sutelktas į veidą ir į kūną. 6 nuotraukoje mergaitė rankose laiko ginklą, kaip jėgos, galios simbolį.

9 lentelė. 1 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose.

Mergaičių reprezentacijose *seksualumas* įgyja konotacines reikšmes, kai nuotrauka susiduria su socialinių pažinčių tinklapių vartotojų jausmais bei emocijomis. A. Tereškino (2010) manymu „seksualumas kalba ir apie vaizdinius, ritualus, fantazijas, ir apie kūną. Jis apima ir atspindi plačiausią spektrą veiksmų ir pozicijų, nuo pačių fiziškiausių iki pačių simboliškiausių, nuo pačių intymiausių iki labiausiai socialinių, nuo pačių įgimčiausių iki labiausiai išmoktų“. Visose nuotraukose yra panaši kūno gestikuliacija, veido išraiška (išskyrus 3 nuotrauką, mergaitė šypsosi natūraliai), apranga, aplinka.

**Ekspertų komentaras: Žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjas Deividas Velkas** teigia, kad „*nuotraukos neabejotinai pabrėžiančios kūną, yra gundančios ir seksualios. Tačiau dar ne tokios, kad būtų galima taikyti erotinio pobūdžio informacijos kriterijų ir tokios informacijos (pripažinus darančia neigiamą poveikį nepilnamečiams) skleidimą riboti įstatymų nustatyta tvarka*“.

Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė teigia, kad „<...> labai sunku vienareikšmiškai vertinti paauglių nuotraukas. *Savęs, savo kūno pateikimas priklauso nuo daugelio veiksnių: kokioje šeimoje mergaitė auga, ar yra tėvas, ar jo nėra (pvz., mirties atvejis, nepilna šeima – išsiskyrusi, ar mama augina viena dukrą), koks emocinis santykis su tėvu ir mama, ar šeimoje mergaitė nepatyrė psichologinio, fizinio smurto, ar šeima nėra disfunkcinė. <...> Apskritai šių dienų paauglių seksualumą vertinu kaip kultūros konstrukta. Nemanau, kad tai natūralus reiškinys“.*

## 2 nuotraukų grupės analizė (žr. 6 priedą, 114 puslapis).

### 10 lentelė

Prasminis kriterijus	Nuotraukos analizė
<b>Veido išraiška</b>	1, 6 nuotraukose seksualiai pravertos mergaičių lūpos. 2 nuotraukoje akcentuojamas lūpų putlumas, jusliškumas, atkartojama stereotipinė modelių, pop scenos žvaigždžių veido išraiška. 3, 4, 5, 7 nuotraukose mergaičių lūpos suspaustos. Makiažas nepastebimas.
<b>Kūno gestikuliacija</b>	3, 4, 5, 7 nuotraukose kūno gestikuliacija leidžia kūno pozą suprasti – atsiduodu, o veido išraiška demonstruojamas atsisakymas. Tai vadinama „semisimboline“ kalba, kai sistemingai koreliuojamos iš anksto kodifikuotos opozicinės poros. Vienos susietos su išraiškos plotme (šiuo atveju nuotraukoje su tam tikra konvencine kūno padėtimi, klūpėjimu), o kita atitinkamai su turinio plotme (šiuo atveju su mergaičių valios ir jausminiais nusiteikimais). 2, 5, 6, 8 nuotraukose mergaitės viliojančiai liečia savo plaukus. 2, 5, 6 nuotraukose erotiškai provokuojantys ir atsikartojantys kūno judesiai, pakeltos rankos pabrėžia kūno lieknumą bei seksualumą. 7 nuotraukoje mergaitė liečia savo krūtinę.
<b>Apranga</b>	6 nuotraukoje mergaitė vilki tik nėriniuotą, permatomą apatinį trikotažą, 3 nuotraukoje klubų apvalumą dengia surišamos kelnaitės, o viršutinę dalį – ilgi, šviesūs plaukai. 1, 2 nuotraukose mergaitės vilki šortus ir sportines maikutes. 8 nuotraukoje dėvima laisva, neišryškinanti kūno formas suknelė, talijos lieknumas pabrėžiamas pasvirusia kūno laikysena ir ant liemens uždėta ranka. 4 ir 5 nuotraukose mergaičių apranga uždara, vilkimo suknelės. 5 nuotraukoje suknelės ilgis ir aukštakulniai bateliai išryškina kojas (šlaunis ir blauzdas).
<b>Aplinka ir daiktai</b>	Aplinka butiška. 1, 2, 3, 7 nuotraukose mergaitės pozuoja lovoje, 6 nuotraukoje – žaidžiama su natūralia šviesa, mergaitė klūpi prieš žaliužemis pridengtą langą, šviesa suteikia kūnui faktūriškumą. 8 nuotraukoje mergaitė pozuoja gamtoje. Už jos nugaros matosi didelė dekoruota detalė – kinietiško stiliaus vėduoklė.

10 lentelė. 2 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose.

Analizuojamose nuotraukose akivaizdžiai artikuliuojamo aistros reikšmės, o aistra tiesiogiai įeina į seksualumo paradigmą, kuri tradicinėje visuomenėje yra privati. Seksualumu implikuojamos nevaldomas individų fantazijas (Landowski, 2007). Nuotraukose matomas veido ir kūno ryšio galimybės vientisame įtaigos ir seksualinės galios diskurse. Visose nuotraukose yra panaši kūno gestikuliacija, veido išraiška, apranga (išskyrus 4, 5, 8 nuotraukas – apranga uždaresnė, laisvesni rūbai neišryškinantys kūno formų), panaši butiška aplinka (išskyrus 8 nuotrauką, mergaitė nufotografuota terasoje, lauke).

### 3 nuotraukų grupės analizė (žr. 7 priedą, 115 puslapis).

11 lentelė

Prasminis kriterijus	Nuotraukos analizė
<b>Veido išraiška</b>	6 nuotraukose seksualiai pravertos mergaitės lūpos. 3, 4 (mergaitė pasukusi galvą, dalį veido dengia ilgi plaukai), 6 nuotraukose veido išraiškos beveik nesimato. 2 nuotraukoje mergaitė galvą pasukusi per petį, akcentuojamas lūpų putlumas, jusliškumas. 1 nuotraukoje – geidulingai ciniška veido išraiška.
<b>Kūno gestikuliacija</b>	5 nuotraukoje pirmiausiai pastebimas instinktyvus kūnas, blauzdos, stangrios šlaunys, klubo apvalumas, pačios mergaitės liečiama krūtinė, o tik po to – veidas. 3 nuotraukoje matoma erotiškai pozuojanti mergaitė: ilgos dailios kojos (viena koja grakščiai sulenkta per kelią), apnuogintas pilvas, virš galvos iškeltos rankos. 1 nuotraukose kūno gestikuliacija leidžia kūno pozą suprasti – atsiduodu, o veido išraiška demonstruojamas atsisakymas („semisimboline“ kalba). 6 nuotraukoje mergaitės kūno pozicija pasvirusi, atsirėmusi kairia ranka, atrodo kad jaučiasi nejaukiai, arba nufotografuota jai nežinant. 1, 2, 4 nuotraukose seksualumas pabrėžiamas liečiant savo plaukus. J. Fiske (1998) teigia, kad žmogus savo kūnu dažnai perduoda prezentacinius (pristatomočius) kodus: laikysena, gestai (kinetika), veido išraiška, išvaizda, prisilietimai, akių judesiai ir žvilgsnis.
<b>Apranga</b>	1, 3, 5 nuotraukose atviras, drastiškas seksualumas, mergaitės savo kūną pateikia vilkinčios tik apatinio trikotažo kostiumėlius. 5 nuotraukoje mergaitė vilki raudonos spalvos apatinį trikotažą, į erotiškumo sferą įeinanti raudona spalva simbolizuoja aistrą ir intymumą. J. Fiske (1998) teigia, kad spalvų žaismas gali sukelti nemažai įvairių emocijų, spalva atkreipia dėmesį ir žiūrovą priverčia išgyventi tam tikrus jausmus. 2 nuotraukoje mergaitė naudoja plaukų aksesuarą – lankelį su gyvūno ausimis, infantilumo, vaikiškumo ženklas. Seksuali apranga, apnuogintas mergaitės petys, sėdmenys pridengti siauromis kelnaitėmis. 4 nuotraukoje mergaitė viršutinę kūno dalį dengia liemenėlė, o sėdmenis raudonos spalvos audiniu. 6 nuotraukoje mergaitės nugarą juosia plonytė liemenėlės juostelė, klubus – trumpas sijonas.
<b>Aplinka ir daiktai</b>	1 nuotraukoje aplinka yra neaiški, vaizdas neryškus, naudotos kompiuterinės manipuliacijos. 2 nuotraukoje aplinka visiškai neinformatyvi, mergaitė nufotografuota prie kambario sienos. 3 nuotraukoje matomos kopėčios, sandėlio ar garažo aplinka. 4 ir 6 nuotraukose pasirinkta gamta, natūralistinė aplinka. Fotografuota vasarą, iš mergaičių aprangos galima spręsti, kad buvo šiltas oras. 5 nuotraukoje – buitinė, namų aplinka, mergaitė guli ant virtuvinio stalo paviršiaus.

11 lentelė. 3 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose.

Nuotraukose matoma *apnuoginto kūno reprezentacija*, o erotinė galia sudaro pagrindą refleksijai: mergaičių jausmas patiria pats save ir per šią patirtį skleidžia savo aistrą ir įtampą. Nuotraukoje, mergaičių veiduose ir kūno pozicijose, išreikštas erotinis geismas, tikėtina kad kelia įtampą ir aistrą socialinių pažinčių tinklapių lankytojams. R. Barthes (2000) manymu apnuoginto, nuogo kūno kalba žiūrovą veikia, kaip užuomina. E. Landowski (2007) nuomone per demonstruojamą nuotraukoje malonumą, kuris narciziškam kūnui atrodo esąs savitiksliis (dėl to jis puikiai galėtų apsiesti ir be žiūrovų) turi byloti geismas, kuris leidžia, tiksliau tikisi, tokį pat geismą sužadinti ir žiūrovuose.

1, 2, 4 nuotraukose panaši kūno gestikuliacija (mergaitės viena ranka liečia plaukus, pasukusios veidą), 5 nuotraukoje mergaitė pozuoja gulėdama ant virtuvinio stalo. 3 nuotraukoje –

akcentuojamas kūno lieknumas, seksualumas. Veido išraiška (3, 4 nuotraukose veido dalį dengia plaukai, 6 nuotraukoje veido nesimato, 1, 2, akcentuojamas lūpų jusliškumas, 5 nuotraukoje mergaitės lūpos pravertos). Apranga visose nuotraukose panaši, naudojama minimaliai rūbų. Aplinka (4, 6 nuotraukos fotografuotos gamtoje, 5 nuotraukoje virtuvės aplinkoje, 3 nuotraukoje sandėlio aplinkoje).

**Ekspertų komentarai: Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė** teigia „*žvelgiant į šias nuotraukas, pornografija yra vos už kelių žingsnių. <...> Gerai, kad įstatymas ją draudžia. <...> O vulgarumas iš esmės niekaip nėra ribojamas ir net žiniasklaidos skatinamas“.*

**LR Seimo narys Naglis Puteikis** teigia, kad „*liūdna, kad tokio pobūdžio nepilnamečių nuotraukos yra viešinamos virtualioje erdvėje. Galima konstatuoti vertybių, etikos ir moralės normų krizę. Blieka tikėtis, kad taip save pateikiančios paauglės tiesiog nesupranta, kaip toks seksualus savęs parodymas bus vertinamas. <...> Kyla klausimas kokioje socialinėje aplinkoje nepilnametės gyvena. Kokios vaikui perduodamos ir ugdomos vertybės“.*

**Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas** teigia, kad „*jeigu tai būtų pilnamečių merginų nuotraukos, tuomet nekiltų problemų. Čia matome 14 – 15 metų pusnuoges mergaites. Man, kaip dviejų dukrų tėvui ir pareigūnui sunku net vertinti <...>, mergaičių nuotraukos vulgarios ir neestetiškos, pornografinio pobūdžio“.*

**Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė Ramunė Želionienė** teigia, kad „*schema gali būti maždaug tokia: mergaitė turi tam tikrus savęs vertinimo ir savęs pateikimo kitiems kriterijus; juos bando išpildyti; juos pateikia; sulaukdama reakcijos, peržiūri kriterijus ir keičia savo pateikimą kitiems. Svarbu atkreipti dėmesį, kad ne visos mergaitės, apnuoginusios save pažinčių portaluose, siekia lytinių santykių. Jos tiesiog bando savo įtakos sferą. Bet kuriai moteriai ją svarbu ištyrinėti. Tačiau mergaites svarbu informuoti apie galimas pasekmes. Manau, kad mergaitės niekuo nesiskiria nuo suaugusių moterų, kurios demonstruoja visus savo kūniškus privalumus internete. Manau gyvenime, iš artimiausios aplinkos mergaitės stokoja dėmesio ir seksualiai save pateikdamos kompensuoja dėmesio stygių. Bet kokiu atveju tai labai susiję su savęs vartojimu, <...> vartotojiškų įpročių formavimu ir visiškai nesusiję su dvasingumu“.*

#### 4 nuotraukų grupės analizė (žr. 8 priedą, 116 puslapis).

12 lentelė

Prasminis kriterijus	Nuotraukos analizė
<b>Veido išraiška</b>	Visos (išskyrus 8 nuotrauką, mergaitė natūraliai šypsosi) nuotraukose akcentuojamas lūpų jusliškumas, putlumas. 6 nuotraukoje – lūpos geidulingai pravertos. Makiažas – nepastebimas.
<b>Kūno gestikuliacija</b>	Nuotraukose vyrauja panaši kūno laikysena, mergaitės atlošusios (1, 5 nuotraukose) ir šiek tiek pasukusios galvą, žaidžiamas gundymo žaidimas. Mizanscenose išreikšti erotiškai

	provokuojantys ir atsikartojantys kūno judesiai, visose nuotraukose kojos sulenktos per kelius, akcentuojami sėdmenys, klubo linkis. 5, 6 nuotraukose mergaitės seksualiai atsirėmusios į sieną. 1, 4 nuotraukose mergaitės viena ranka liečia savo plaukus, kita klubus, sėdmenis.
<b>Apranga</b>	1 – 5 nuotraukose mergaitės dėvi siaurus, kojų lieknumą išryškinančius džinsus, kelnes. 5 nuotraukoje mergaitės seksualumą pabrėžia trumpa, tik viršutinę krūtinės dalį dengianti maikutė. Matomas nuogas pilvas, dalis nugaros. 6 nuotraukoje pirmiausiai yra pastebimi ilgaauliai, kelius dengiantys aukštakulniai batai. Prasegti marškiniai, matosi apnuogintas mergaitės pilvas. Marškiniai taip pat nedengia pečių, matosi nuoga pelių linija. 7 nuotraukoje mergaitė apsilmovusi šortus, išryškinamas kojų atvirumas, lieknumas, ilgumas.
<b>Aplinka ir daiktai</b>	Aplinka nėra įdomi, buitiška, visa dėmesys sutelktas kūno manieringumui. 7 ir 8 nuotraukose mergaitės seksualiai sėdi ant kėdės.

12 lentelė. 4 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose.

Nuotraukose matomas veido ir kūno ryšio galimybės vientisame įtaigos ir seksualinės galios diskurse. Stebimas gundančios ir savimi susigundžiusios kaukės kultas. Pasak Žukauskaitės (2004), moteris įtraukiama į geismo dialektiką, o tai yra seksualaus moteriškumo esmė – tai kaukė, vaidinimas ir maskaradas, kurie moterį ne tik parodo, eksponuoja bet ir išstato Kito žvilgsniui, esmė būti vyriško geismo objektu.

Visose nuotraukose yra panaši kūno gestikuliacija, veido išraiška, apranga (1 – 4 nuotraukose apranga uždaresnė), aplinka nuotraukose yra buitiška, neneudojami daiktai (išskyrus 7, 8 nuotraukas).

### 5 nuotraukų grupės analizė (žr. 9 priedą, 117 puslapis).

13 lentelė

Prasminis kriterijus	Nuotraukos analizė
<b>Veido išraiška</b>	5, 6, 7 nuotraukose mergaitės natūraliai, nuoširdžiai šypsosi. Visos mergaitės turi naivumo bruožų.
<b>Kūno gestikuliacija</b>	daugelis nuotraukų (išskyrus 1 ir 4 nuotraukas) – biustiniai portretai, kompozicija gana paprasta vyrauja panaši kūno laikysena (išskyrus 3 ir 6 nuotraukas mergaitės pasisukusios trim ketvirčiais į dešinę pusę). Mergaitės natūraliai save, savo kūną pateikia, neatkartoja populiaros kultūros propaguojamų seksualių kūno pateikimo pavyzdžių.
<b>Apranga</b>	2, 6, 7, 8 nuotraukose mergaitės dėvi laisvas, neišryškinančias kūno formas palaidines / sukneles. Likusiose nuotraukose mergaičių apranga gana uždara, nėra atvirų kūno vietų, nedemonstruojamas atviras seksualumas. 2 nuotraukoje mergaitės galvą dengia skrybėlaitė. Skrybėlė – aristokratiškumo, iškilmingumo, orumo ženklas.
<b>Aplinka ir daiktai</b>	Aplinka nėra įdomi, 4, 5, 8 nuotraukose matoma buitinė aplinka, 1, 2, 6, 7 nuotraukos fotografuotos gamtoje.

13 lentelė. 4 nuotraukų grupė. Prasminių kriterijų analizė nuotraukose.

4 nuotraukų grupėje aiškiai išreikštų seksualumo ženklų nėra. Mergaitės neprovokuoja žiūrovo, tinklapio lankytojo. Jų apranga, savęs, savo kūno pateikimas atitinka jų amžiaus tarpsnį, nėra

vulgarumo, erotiškumo ženklų. R. Barthes (2007) mano, kad „individo kūnas tarnauja, kaip vartai, nes kūnas yra interpretacijos atskaitos taškas, motyvas, vertė“.

### **5. 2. 1. Viktimizavijos grėsmės ekspertų požiūriu, viešinant socialiniuose pažinčių tinklapiuose seksualias ir provokuojančias nuotraukas**

Šiaulių miesto savivaldybės administracijos Vaiko teisių apsaugos skyriaus vyr. specialistės Rūta Janulienė ir Eglė Lazdauskienė teigia, kad „*nepilnametės viešindamos internete provokuojančias ir seksualias nuotraukas gali patirti viktimizacijos grėsmių: patyčias, psichologinį ir fizinį smurtą, gali būti įtrauktos į nusikalstamą veiką, seksualinio pobūdžio priekabiavimą, asmeninių nuotraukų bei informacijos paviėšinimą internete (be paauglių sutikimo)*“.

Šiaulių apskrities vyriausiojo policijos komisariato viršininko pavaduotojas Robertas Jagminas teigia, kad „*viešindamos seksualias bei provokuojančias nuotraukas paauglės neįvertina daugelio grėsmių, nesusimąsto apie tai, kad ne visi socialinių pažinčių tinklapių nariai siekia vien tik turėti pozityvaus, nuoširdaus bendravimo. <...> Provokuojantis ir erotišką savę, savo kūno pateikimas pritraukia tam tikrus, dažniausiai vyriškos lyties, puslapio lankytojus. Pavyzdžiui, jei 14 - 15 metų paauglė mergaitė internete viešintų ir save pateiktų apsirengusią uždara sportine apranga, sėdinčia prie rašomojo stalo, ruošiančią pamokas, tikėtina ji mažiau sulauktų vyriškos lyties dėmesio ir priešingai, kur kas daugiau dėmesio sulauktų nepilnametė apsirengusi seksualiais, vos kūną pridengiančiais rūbais*“.

Žurnalistų etikos inspektoriaus patarėjas Deividas Velkas teigia, kad „*žurnalistų etikos inspektoriaus tarnyboje 2008 m. atliktas informacijos, skelbiamos socialiniuose tinkluose, turinio vertinimas parodė, kad viešuose tinkluose talpinama itin daug asmeninės (privataus pobūdžio) informacijos, ypač asmeninio pobūdžio (nepilnamečių) nuotraukų. Dažnai jose patys nepilnamečiai nevengia atvirai demonstruoti save erotinėse pozose ar scenose, kitiems tinklalapių lankytojams siūlo savo nuogumą. Savę eksponavimas – pavojingas reiškinys. Ypač žinant, kad privataus pobūdžio informacija tokiais atvejais veikia kaip masalas priekabiavimams, įžeidinėjimams, nusikalstamam nepilnamečių išnaudojimui ar kitoms grėsmėms, kurios informacijos paskelbimo metu dažniausiai neįvertinamos. Taip pat nereikėtų pamiršti, kad net ir uždarose vartotojų grupėje paskelbta privataus pobūdžio informacija įgauna viešosios informacijos požymius, dėl kurių neįmanoma suvaldyti tokios informacijos pasklidimo masto ir tempo. Kartą paskelbęs informaciją uždarose vartotojų grupėje asmuo negali būti tikras, jog vėliau galės susigrąžinti paskelbtos informacijos kontrolę. Todėl nepaisant sąlygiško socialinio tinklo uždaroumo klaidinga manyti apie jame paskelbtos informacijos konfidencialumo užtikrinimą*“.

Vilniaus rajono Lavoriškių vidurinės mokyklos psichologė Božena Ragelienė teigia, kad „*talpindamos socialiniuose pažinčių tinklapiuose seksualias, erotišką bei provokuojančias nuotraukas, 14 -15*

*metų mergaitės paauglės rizikuoja patirti labai daug pačių įvairiausių grėsmių: nepažįstamų asmenų laiškai, šmeižimas (įvairūs gandai ar melaginga informacija), asmeninės informacijos išplatšinimas, seksualinis priekabiavimas, nepažįstamųjų kvietimas pabendrauti per skaiptą, prašymas susitikti gyvai, psichologinis, fizinis smurtas ir pan.“.*

**Humanistinės pedagogikos asociacijos narė, psichologė Ramunė Želionienė** teigia, kad *„beprasmiška klausti, kas yra tas vaikų seksualumas. Keliau sau klausimą, ką galiu padaryti, kad būtų kitaip. Savo tinklaraštyje ir savo Facebook tinklapyje esu parašiusi kreipimąsi į suaugusius, kad jie atkreiptų dėmesį į savo ar/ir artimųjų vaikų demonstruojamas viešai nuotraukas. Gyvo bendravimo mokyklose su mergaitėmis metu, jei yra būtinybė, visuomet sureaguoju į nekorektiškai apnuogintus kūnus ir pasakau, kokių pasekmių tai gali turėti. Stebiu ir mokytojų moterų aprangą mokykloje, kuri taip pat ne visuomet yra korektiška. Užsiimu švietimu šiame kontekste, rašau straipsnius ir skatinu mamas ir tėčius susimąstyti“.*

### **5. 3. Tiesioginis stebėjimas dalyvaujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose**

Pasirenkant socialinių pažinčių tinklapius Lietuvoje, nuspręsta naudotis informacijos šaltiniu: Interneto tyrimų bendrovės Gemius tyrimų ir TNC Metrix informacija (TNC Gollup; TNC Metrix, 2012). Pažinčių svetainių populiarumas matuojamas pagal lankytojų skaičių ir jų apsilankymo puslapyje vidutinę trukmę. Pavyzdžiui socialiniame pažinčių tinklapyje one.lt per 2012 metų 15 savaitių unikalių lankytojų skaičius buvo apie 250.000, o draugas.lt apie 150.000 vartotojų. Didžiąją auditorijos dalį socialiniame pažinčių tinklapyje one.lt sudaro 15 – 24 metų amžiaus asmenys (36,6 proc.), 7 – 14 metų (21,6 proc.). Socialinis pažinčių tinklapis draugas.lt vienija 331811 aktyvių klubo narių<sup>7</sup>.

**I tyrimo dalis.** 2012 m. kovo – balandžio mėnesiais tyrėja buvo prisiregistravusi socialiniuose pažinčių tinklapiuose draugas.lt ir one.lt, 15 metų paaugle. Buvo siekiama ištirti koks savęs, savo kūno pateikimas yra populiarus, sulaukia didesnio puslapio lankytojų dėmesio, kokio pobūdžio laiškai yra gaunami, kokiomis temomis dažniausia diskutuojama. Minėtuose tinklapiuose buvo patalpintos **provokuojančios, seksualios nuotraukos** (žr. 10 priedą, 118 puslapis).

Draugas.lt puslapio administracija nesuteikė galimybės patalpinti seksualias nuotraukas profilio lange, bet tik „papildomuose albumuose“ kuriuose galima pasirinkti privatumo nustatymą, o one.lt – suteikė galimybę profilio lange patalpinti vieną nuotrauką. Draugas.lt administracija koregavo vardą „Sex Vanilla“, panaikino žodį „Sex“, o one.lt administracija – patvirtino „Sex Vanilla“.

Patalpinus **provokuojančios, seksualios nuotraukos** pateikiamas anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų bei gautų laiškų pobūdis.

<sup>7</sup> Informacija iš www.draugas.lt puslapio, detalesnės informacijos nepateikiama.

Anketos populiarumas (peržiūrų skaičius per du mėnesius)	Anketą peržiūrėjusių vyrų amžius	Komentarų ir laiškų pobūdis
<p><b>Draugas.lt</b> puslapyje anketa buvo peržiūrėta <b>532</b> kartus.</p> <p><b>Gauti 258 laiškai</b></p>	<p>Apie 65 proc. 15 – 18 metų vaikinai;</p> <p>Apie 10 proc. 19 – 30 metų vyrai;</p> <p>Apie 25 proc. 31 – 45 metų vyrai.</p>	<p>Daugelis parašiusiųjų <b>akcentavo mergaitės kūno grožį, seksualumą</b> („&lt;...&gt;Kokia tu fainulka, grazuolike“<sup>8</sup>; „&lt;...&gt;,lb seksoliai atrodai“; „labukas grazuolyte sexute &lt;...&gt;“; „Pagal nuotraukas tai nepasakysi, kad tau tik 15, tu tokia sexy ir subrendusi &lt;...&gt;“), <b>kai kurie puslapio lankytojai siūlė intymias paslaugas</b> („&lt;...&gt; Gal domintu intymi pažintis?“; &lt;...&gt; ieškai nuotykiu, matau, gal nori paseksuoti“; &lt;...&gt; koki megzti sex, ar turi tabu jame?“), <b>bendravo seksualinėmis temomis</b> („&lt;...&gt; atsiusk savo nuogos nuotrauka, noriu matyti tavo mazute putyte“; „&lt;...&gt; Gaila, kad tau 15 metu, o tai gerai pasiaustume lovoje“; „&lt;...&gt; nori kad paliesčiau tavo tapkoji?“; „nori pamatyti mano bičiuli tarp koju?“), kvietė <b>bendrauti per „skype“ ar telefonu</b> („&lt;...&gt; vis nesulaukiu tavojo numeriuko ir skype“; „&lt;...&gt; atsiusk savo skype ar tl.nr.“; „gal nori per skype pasiglamonėti?“), <b>prašė vaizdinės medžiagos, nuotraukų</b> („&lt;...&gt;atsiusk savo nuogos nuotrauka, noriu matyti tavo mazute putyte“; &lt;...&gt; atsiusk savo papuku foto“), <b>kvietė susitikti realiai</b> („&lt;...&gt;gal realiai sekso nori“; „&lt;...&gt; noriu tave tikrai pamatyti apsinuoginusia“; „&lt;...&gt; nebuk bailiuke, susitinkam kada“).</p>
<p><b>One.lt</b> puslapyje anketa buvo peržiūrėta <b>612</b> kartų.</p> <p><b>Gauti 197 laiškai</b></p>	<p>Apie 65 proc. 15 – 18 metų vaikinai;</p> <p>Apie 15 proc. 19 – 30 metų;</p> <p>Apie 20 proc. 31 – 45 metų vyrai.</p>	<p><b>Daugelis parašiusiųjų akcentavo kūno grožį ir seksualumą, seksualią aprangą</b> („&lt;...&gt; grazios kelnaites, tokios sexy“; „&lt;...&gt; pamaciau tave ir zado tiesiog netekau vau kokia tu esi grazi ir kokis sexy“; „&lt;...&gt;labukas grazuolyte sexute katute“), <b>bendravo seksualinėmis temomis</b> („&lt;...&gt;,gal susitinkam, seksi zuikiii?“; &lt;...&gt; paseksuotume pradžioj internetu“; „&lt;...&gt; papasakok man dabar kokia sexy istorija, prasau!“), <b>seksualiai objektivizavo</b>, t. y. vyravo požiūris į mergaitę kaip į sekso objektą („&lt;...&gt; nori realiai analinio sekso?“; „&lt;...&gt; davai pasidulkinam“; „&lt;...&gt;na pradziai maitinimasis is tarpkojo“; „&lt;...&gt; nenori smagiai laiko lovoj praleisti?“; „&lt;...&gt;noriu laizyti tavo papukus ir putyte“), <b>kvietė realiai susitikti</b> („&lt;...&gt; ar suteiksi man tokios garbes realiai tapti tavo draugu“; „&lt;...&gt; nebuk vaikiska, susitinkam, atsibodo rasynetis“; „&lt;...&gt; susitinkam kur mieste, as ne koks nors iskrypelis, nebijok“).</p>

14 lentelė. Viešinant provokuojančias, seksualias nuotraukas: anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų, gautų laiškų pobūdis.

<sup>8</sup> Tyrimo dalyvių kalba netaisyta, pateikiama kursyvu.



**II tyrimo dalis.** 2012 m. kovo – balandžio mėnesiais tyrėja buvo prisiregistravusi socialiniuose pažinčių tinklapiuose draugas.lt ir one.lt, 15 metų paaugle. Socialiniuose pažinčių tinklapiuose buvo patalpintos neprovokuojančios ir neseksualios nuotraukos (žr. 11 priedą, 119 puslapis).

Patalpinus neprovokuojančios, neseksualios nuotraukos pateikiamas anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų bei gautų laiškų pobūdis.

15 lentelė

Anketos populiarumas (peržiūrų skaičius per du mėnesius)	Anketą peržiūrėjusių vyrų amžius	Komentarų ir laiškų pobūdis
<b>Draugas.lt</b> puslapyje anketa buvo peržiūrėta <b>168</b> kartus. <b>Gauti 72 laiškai</b>	Apie 85 proc. 15 – 18 metų vaikinai;  Apie 5 proc. 19 – 30 metų vyrai;  Apie 10 proc. 31 – 45 metų vyrai.	Daugelis parašiusiųjų <b>akcentavo mergaitės rimtumą</b> („<...> kaip sekas tokiai rimtai panelei?“; „<...> matau tu tikra rimtuole“; „<...> is karto matosi kad esi rimta mergaite“; „ka cia tokia moksluoke veikia?“), <b>mokymąsi, knygų skaitymą</b> („<...> megzti mokytiš“; „<...> jaučiu esu lb gera moksleive“; „man rodos tu esi pirmune, pavyzdinguole“), <b>kvietė realiai susitikti</b> („<...> gal susitikim ir susipazinkim realiai“; „<...> jei kada neturesi ka vekti parasyk gal susitiksime“).
<b>One.lt</b> puslapyje anketa buvo peržiūrėta <b>136</b> kartus. <b>Gauti 54 laiškai</b>	Apie 90 proc. 15 – 18 metų vaikinai;  Apie 7 proc. 19 – 30 metų vyrai;  Apie 3 proc. 31 – 45 metų vyrai.	Daugelis parašiusiųjų <b>akcentavo mergaitės rimtumą</b> („<...> matosi kad labai jau rimta esi“; „<...> lb gražiai atrodai, tokia rimtuole“; „oho kokia cia tu rimta, retai pamatysi tokiau“), <b>mokymąsi, knygų skaitymą</b> („<...> laba laba pamoku ruoseja“; „<...> jhuuuu, mokliuke! Kaip sekasi knygas kalti“; „<...> kai islysi is knygu parasyk“), <b>įvertino manų interjerą</b> („<...> namai grazus, tokie stiligi“; „<...> madingi namuciai“), <b>kvietė realiai susitikti</b> („<...> parasyk, kviečiu arbatos“; „<...> kokiame mieste gyveni? Gal kada susitinkam?“; „<...> kai neturesi ka vaikti kvieciu arbatėles“).

15 lentelė. Viešinant neprovokuojančias, neseksualias nuotraukas: anketos populiarumas, lankytojų amžius, komentarų, gautų laiškų pobūdis.

Atlikus tiesioginį stebėjimą dalyvaujant, socialiniuose pažinčių tinklapiuose, empirinis tyrimas atskleidė, kad **viešinant seksualias bei provokuojančias nuotraukas**, anketa yra **populiareesnė ir daugiau kartų peržiūrima. Kūniškumą, seksualumą iliustruojančios nuotraukos** pritraukė ir bendraamžių, ir vyresnio amžiaus vyrų dėmesį (31 – 45 metų vyrai, draugas.lt 25 proc., one.lt 20 proc.). Daugelis parašiusiųjų akcentavo 15 metų mergaitės **kūno grožį ir seksualumą, seksualią aprangą** („<...> grazios kelnaites, tokios sexy“; „<...> pamaciau tave ir zado tiesiog netekau vau kokia tu esi grazi“), **tiesioginės užuominos į seksualinę komunikaciją** („<...> gal susitinkam, seksi zuikiiii?“; „<...> paseksuotume pradžioj internetu“; „<...> papasakok man dabar kokia sexy istorija,

prasau!“), **seksualiai objektivizavo**, t. y. vyravo požiūris į mergaitę, kaip į **sekso objektą** („<...> nori realiai analinio sekso?“; „<...>„davai pasidulkinam?“; „<...> na pradziai maitinimasis is tarpkojo“).

Socialiniai pažinčių tinklapiai sukuria galimybę **realiam pasimatymui** („<...> ar suteiksi man tokios garbes realiai tapti tavo draugu“). Kai kuriose pateiktose susirašinėjimų citatose stebimas **virtualus flirtas žaidimo forma**. Kitose laiškuose akcentuojamas **siekis virtualaus sekso** („<...> per skype noriu dabar pamatyti tave nuoga“; „<...> apsiniuoginusią“; „<...> pamatyti nuoga tikrai“), bei **interaktyvių seksualinių istorijų pasakojimas** („<...> papasakok man dabar kokia sexy istorija, prasau“; „<...> paseksuotume pradžioj internetu“).

Socialiniame pažinčių tinklapyje **draugas.lt** ir **one.lt** patalpinus **neprovokuojančias nuotraukas**, anketa **nebuvo populiari** (palyginus su I tyrimo dalimi), **mažiau kartų peržiūrima** (pvz., draugas.lt anketa peržiūrėta tik 168 kartus, o I tyrimo dalyje 532 kartus). Naudojant neprovokuojančias ir neseksualias nuotraukas, anketos vaizdinė medžiaga pritraukė daugiau **bendraamžių dėmesio**, **mažiau gauta laiškų iš vyresnio amžiaus vyrų**. Daugelis parašiusiųjų **akcentavo mergaitės rimtumą** („<...> kaip sekas tokiai rimtai panelei?“; „<...> matau tu tikra rimtuole“; „<...> is karto matosi kad esi rimta mergaite“), **mokymąsi, knygų skaitymą** („<...> megzti mokytis“; „<...> jauciu esu lb gera moksleive“), **įvertino manų interjerą** („<...> namai grazus, tokie stilingi“; „<...> ir tavo madingu namu“), subtiliai **kvietė susitikti** („<...> gal susitikim ir susipazinkim realiai“; „<...> jei kada neturesi ka vekti parasyk susitiksim“). Gautuose laiškuose **nebuvo komunikuojama erotinėmis temomis**, **nebuvo siekiama virtualaus sekso**, nebuvo vertinamas **kūno grožis** ar **mergaitės seksualumas**.

Apibendrinant būtų galima teigti, kad **savęs, savo kūno pateikimas** socialiniuose pažinčių tinklapiuose yra labai svarbus ir apsprendžia **galimas viktimizacijos grėsmes**. Viena iš grėsmių – **seksualinio pobūdžio rizikos**: įtraukimas į rengimąsi seksualinei veiklai, seksualinių kontaktų paieška, seksualinės eksploatacijos demonstravimas ir pan.

## IŠVADOS

- **Paauglystė** – ypatingas amžiaus tarpsnis, kuriame vyksta sparti fizinė, emocinė, kognityvinė, socialinė raida. Šį amžiaus tarpsnį mokslininkai įvardija kaip individo sumaištis, savęs ieškojimo, savojo identiteto formavimosi etapą. Asmenybės tapatumo samprata yra laikas kada individas siekia sužinoti „Kas aš esu“, „Kur aš einu“, „Kaip mane vertina aplinkiniai“. Tapatumas yra tai, per ką individas atpažįsta save, o šį procesą lydi krizės, kurias daugiausiai lemia praeities įvykiai ir kuri turi įtakos daugeliui įvykių ateityje.
- Edukaciniu požiūriu paauglių socializacijos procese, **medijos dalyvauja** kaip informualiojo ugdymo dalyvės, šalia formalaus, neformalaus ir lygiagrečiai šalia kitų tradicinių institucijų – šeimos, mokyklos, Bažnyčios. Masinės medijos reikšmingumo suvokimą pabrėžia socialinio išmokymo teorijos kontekstas. Paaugliai yra labiausiai paveikiama žiniasklaidos auditorija, jie perduodamas vertybes, požiūrius, pasaulėžiūras, stereotipus, standartus perima nekvestionuodami.
- **Transformuojančio ir išlaisvinančio mokymo(si) teorijoje** orientuojamasi ne į informacijos perdavimą, o į prielaidų, reikalingų asmens sąmonėjimui, kūrimą. Sąmoningumas, arba conscientizacio, reiškia mokymąsi suvokti socialinius, politinius ir ekonominius prieštaravimus. Sąmoningumas yra kritinės sąmonės plėtotė. Dialogas ir reflektavimas yra ta ugdymo priemonė, kuri sudaro prielaidas ne tik išreikšti ir įvardinti savo patirtis ir emocijas, bet išgirsti ir kitų balsą, kitų patirtis.
- Informacinės visuomenės sklaidos sąlygomis, kompiuteris paaugliui tapo ne tik mokymosi įrankiu, bet ir bendravimo priemone, laisvalaikio praleidimo dalimi. Internetas – viena naujausių ir pažangiausių medijų, kuri apima visas žiniasklaidos priemones. **Socialinių pažinčių tinklapių** komunikacinis kontekstas aktualus paauglystės laikotarpiu: priklausymas grupei, anonimiškumas, komunikacinė laisvė, savo idealaus „Aš“ kūrimas ir pan. Kartu su naujais paauglių įgūdžiais, naujais poreikiais, potyriais atsiranda ir viktimizacijos grėsmė.
- **Atlikus diskusinės focus grupės tyrimą** išryškėjo tai, kad 14 –15 metų paauglių mergaičių veikla internete yra labai įvairi: informacijos rinkimas, muzikos klausymas, filmų žiūrėjimas, kompiuteriniai žaidimai, bendravimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose.  
1) Išanalizavus socialiniuose pažinčių tinklapiuose komunikacijos veiklos trukmę, dažnį, ciklus paaiškėjo, kad focus grupės dalyvės kiekvieną dieną socialiniuose pažinčių tinklapiuose peržiūri, dalinasi, keičiasi informaciją, bendrauja su draugais. Kategorijoje trukmė buvo akcentuojamos tokios subkategorijos kaip „3 valandas“ arba „Ilgiau“. Tai reiškia, kad didžiąją laisvalaikio dalį mergaitės praleidžia bendraudamos internetinėje erdvėje.

2) Atliktas focus grupės tyrimas patvirtino, kad vaizdas (nuotraukos) asmeninio profilio lange yra ypatingai svarbus. Nuo pateiktų nuotraukų priklauso anketos populiarumas, gaunamų laiškų ir draugų kiekis. Paauglės dažniausiai naudoja savo nuotraukas, rečiau nukopijuotas iš interneto. Siekdamas pademonstruoti kūrybiškumą, originalumą, eksperimentuoja su savo nuotraukomis (naudoja įvairias kompiuterines manipuliacijas).

3) Analizuojant turimą kūniškumo suvokimą, focus grupės dalyvės teigė, kad domisi žiniasklaidos diskurse pateikiamomis seksualiomis nuotraukomis, reklamomis, muzikiniais klipais, iš kurių mokosi madingų savęs, savo kūno pateikimo pavyzdžių. Tyrimo dalyvės informacinę aplinką suskirstė į: a) spausdintinę žiniasklaidą, b) informaciją transliuojamą per televiziją ir c) informaciją randamą internete. Iš spausdintinės žiniasklaidos akcentuojami žurnalai: „Panelė“, „Žmonės“, „Cosmopolitan“. Tyrimo dalyvių manymų, žurnalai yra naudingi tuo, kad juos galima paliesti, keletą kartų peržiūrėti nuotraukas / iliustracijas, perskaityti straipsnius. Išgijus žurnalą pirmiausiai peržiūrimi vaizdai, o tik po skaitomi straipsniai. Per televiziją dažniausiai žiūrimi muzikiniai, madų kanalai ir serialai. Per internetą – internetinės rūbų parduotuvės, muzikiniai ir madų tinklapiai.

4) 14 – 15 metų paauglių mergaičių suvokiamos ir patiriamos interneto grėsmės socialiniuose pažinčių tinklapiuose yra nepažįstamų asmenų laiškai, kvietimai „draugauti“, asmeninės informacijos išplatinimas, šmeižimas, patyčios, nepažįstamų asmenų prašymas pasirodyti vaizdo kameroje, atsiųsti savo nuotraukas, kvietimas realiai susitikti, seksualinis priekabiavimas.

5) Tyrimo rezultatai parodė, kad 14 – 15 metų paauglės mergaitės, aptarinėdamos savo patirtis bendraujant socialiniuose pažinčių tinklapiuose, sugeba ne tik atpažinti galimas grėsmes, bet ir įsivardinti potencialias prevencines priemones. Tyrimo dalyvių manymu, pirmiausiai apie grėsmes reikėtų kalbėti šeimoje, mokykloje (per etikos pamokas), draugų / bendraamžių grupėse. Kaip prevencinės viktimizacijos priemonės galėtų būti jau atsitikę tragiški įvykiai (įvairios publicistinės laidos, dokumentiniai filmai, straipsniai ir pan.).

- **Vaizdo dokumentų (nuotraukų) analizė** atskleidė, kad 14 – 15 metų paauglės mergaitės save, savo kūną pateikia dažniausiai fotografijose (retai filmuotoje medžiagoje). Fotografija – svarbi komunikacinės sąveikos kontekste ir yra traktuojama kaip vaizdinis ženklas. Fotografija dokumentuoja tikrovę, o fotografijos dokumentiškumas tampa prasmingas tuomet kada yra subjektyviai interpretuojamas socialinių pažinčių tinklapių lankytojų. Fotografijoje kūnas užima ypatingą vietą, nes per vaizdą yra kuriamas santykis su Kitu.

1) Analizuojant 14 – 15 metų paauglių mergaičių nuotraukas, surinktas iš socialinių pažiūčių tinklapių one.lt, draugas.lt, facebook.com, ieškok.lt išryškėjo seksualumo, erotiškumo dominavimas bei standartinis, šabloniškas (matomas žiniasklaidoje) savęs, savo kūno pateikimas.

- **Atlikus tiesioginį stebėjimą dalyvaujant** socialiniuose pažiūčių tinklapiuose draugas.lt ir one.lt išryškėjo tai, kad paauglių seksualumas implikuoja vyriškos lyties, socialinių pažiūčių tinklapių lankytojų fantazijas, o fantazijos, siekiai, pornografinio pobūdžio bendravimas apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes. Viena iš svarbiausių grėsmių – seksualinio pobūdžio rizikos: nepilnamečių įtraukimas į rengimąsi seksualinei veiklai, seksualinės eksploatacijos demonstravimas, seksualinių kontaktų paieška, seksualinis priekabiavimas.

1) Tyrime naudojant seksualias ir provokuojančias nuotraukas, anketa buvo populiari (pvz., draugas.lt anketa peržiūrėta 532 kartus), laiškus rašė bendraamžiai ir vyresni vyrai. Laiškų turinys pasižymėjo ypač atviromis, seksualinėmis, pornografinėmis temomis. 15 metų mergaitė objektyvizavo, provokavo, kvietė susitikti realiai, prašė apsinuoginusios nuotraukų, siūlė lytinius santykius, siekė virtualaus sekso. Komunikacijoje nebuvo akcentuojamas intymumas, romantika, meilė. Vertėtų pažymėti, kad paauglystės amžiuje pornografinio pobūdžio informacija, pokalbiai, vaizdai daro didžiulę įtaką asmenybei, jos pasaulėžiūros formavimuisi. Moksliniuose tyrimuose akcentuoja tai, kad per anksti pradėjus bendrauti seksualinėmis, pornografinėmis temomis, ar tiesiog žiūrint pornografiją, vėliau mergaitėms tampa sudėtinga sėkmingai palaikyti artimus santykius, o seksualinis priekabiavimas nėra vertinamas, kaip blogas dalykas.

2) Tyrime naudojant neseksualiais ir neprovokuojančiais nuotraukas viktimizacijos grėsmės raiška buvo minimali (keletas kvietimų susitikti realiai). Anketa mažiau kartų buvo peržiūrėta (pvz., draugas.lt anketa peržiūrėta tik 168 kartus, o I tyrimo dalyje 532 kartus), nepasižymėjo populiarumu. Anketos nuotraukos pritraukė daugiau bendraamžių dėmesio, o laiškų turinyje buvo akcentuojamas mergaitės rimtumas, savišvieta, namų interjeras. Komunikacijoje nebuvo paliestos erotinės, pornografinės temos, nebuvo siekiama virtualaus sekso, nebuvo vertinamas kūno grožis ir mergaitės seksualumas.

- **Ekspertų manymu** per žiniasklaidą 14 – 15 metų paauglėms mergaitėms yra multiplikuojama suaugusiųjų kultūrą, įvairūs kūno grožio, seksualumo kultai bei stereotipai. Ekspertai teigia, kad kuo dažniau žiniasklaidoje tokia informacija demonstruojama, tuo ji didesnę skatinamąją poveikį turi. Seksualią suaugusiųjų kūno kalbą mergaitės mėgdžioja, prima ir nekritiškai pritaiko sau. Ekspertų manymu kūniškumas yra veiksnus socialinėje erdvėje, kurioje formuojasi priežastiniai ryšiai tarp subjekto ir objekto, kaip pagrindas atsirasti pasekmėm. Visi tyrime dalyvavę ekspertai

paliudijo, kad seksualus bei provokuojantis 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.

- Atlikus keturis tyrimo etapus **iškelta hipotezė pasitvirtino**, kad dėl kritinio sąmoningumo stokos, 14 – 15 metų paauglių mergaičių savęs, savo kūno pateikimas socialiniuose pažinčių tinklapiuose, apsprendžia galimas viktimizacijos grėsmes.

## REKOMENDACIJOS

Rekomenduojama kūniškumo, seksualumo raišką internete, kaip ir kitas jautrias temas nepalinkti savaiminiam 14 –15 metų paauglių mergaičių ugdymuisi. Paauglės, kad ir turėdamos žinių apie interneto pavojus ne visada pačios gali atpažinti grėsmes, jas įvertinti, o tai sudaro prielaidas patirti psichologinį (emocinį), fizinį, seksualinį smurtą. Veiksminga paauglių sąmoningumo didinimo priemonė – diskusijų grupės, klubai. Dialogas ir reflektavimas yra tas sąmoningumo ugdymo metodas, kuris sudaro prielaidas ne tik išsakyti, įvardinti savo patirtis bet ir išgirsti kitų balsą, kitų patirtis. Mokyklose reflektyviasias grupes turėtų inicijuoti ir organizuoti paauglių pasitikėjimą įgiję pedagogai, socialiniai darbuotojai ir/ar psichologai. 14 – 15 metų paauglių mergaičių sąmoningumas turėtų būti didinamas nevienareikšmių socialinių reiškinių atžvilgiu. Reflektyviosiose grupėse dialoguoti reikėtų suaugusiųjų (mokytojų, tėvų) ir/ar bendraamžių grupėse. Tikėtina, kad diskusinėse grupėse būtų didinamas ne tik 14 – 15 metų paauglių mergaičių sąmoningumas bet ir suaugusiųjų supratimas kas vyksta internete, kokiuose puslapiuose dažniausiai paaugliai praleidžia savo laisvalaikį, kokie jų interesai, kokie mezgami socialiniai ryšiai bei kontaktai.

### **Tyrimo ekspertų rekomendacijos:**

- Organizuoti ir įgyvendinti socialinės reklamos projektus siekiant užkirsti kelią galimoms viktimizacijos grėsmėms.
- Viktimizacijos prevencija turi būti įgyvendinama jau pradinėse mokyklose.
- Didinti visų – paauglių, tėvų, pedagogų žinojimą ir supratimą kas vyksta internete. Būtina kuo daugiau inicijuoti diskusijų mokyklose, pastoviai vykdyti švietėjišką veiklą. Mokyklose ugdytojai turėtų vaikus skatinti dalyvauti kuriant saugesnę interneto aplinką. Juos įtraukti į veiklą, gauti iš pačių paauglių žinių bei rekomendacijų, kaip virtualią aplinką padaryti saugesnę.
- Mokyklose diskusines grupes turėtų organizuoti ir vesti patyrę specialistai (pvz. psichologai, socialiniai darbuotojai).
- Organizuoti mokyklose susitikimus su kriminalinės policijos ir nusikaltimų elektroninėje erdvėje tyrimų pareigūnais, psichologais, dirbančiais su vaikais patyrusiais psichologinį, fizinį, seksualinį smurtą.
- Šeimos nariams daugiau laiko praleisti kartu. 14 –15 metų paauglėms būtinas pilnavertis užimtumo organizavimas (neformaliojo ugdymo įvairūs būreliai, saviugdodos klubai ir pan.).
- Tėvams būtina įsitraukti į vaikų buvimo internetiniame tinkle veiklas, išlaikant privatumo ir pasitikėjimo principus.

- Vaikus mokyti saugumo taisyklių internete – švietimas ir sąmoningumas yra pagrindiniai faktoriai, apsaugantys nepilnamečius nuo žalingo informacijos turinio.
- Skatinti techninių sprendimų, skirtų kovai su neteisėtu turiniu ir žalingu elgesiu internete, kūrimą bei taikymą. Reikėtų bendradarbiauti ir keistis įvairia patirtimi, geriausia praktika, vietos, regionų, Europos ir tarptautiniu lygmeniu.
- Konsultuojantis su ekspertais parengti švietimo medžiagą, skirtą informacinių technologijų ir žiniasklaidos priemonių naudojimo įgūdžiams ugdyti, kurioje būtų kalbama apie saugesnę elektroninę aplinką, neteisėto turinio bei žalingo elgesio grėsmes.



## LITERATŪRA

1. Andriušytė, R. (2008). Reklamos komunikacinės funkcijos. *Viešojo diskurso retorika ir lingvistika*. Vilnius: VUL. P. 187–197.
2. Augustinaitis, A. (2001). Informacinio racionalumo prielaidos. *Informaciniai mokslai*. P. 9–19.
3. Baudrillard, J. (2002). *Simuliakrai ir simuliacija*. Vilnius: Baltos lankos.
4. Bauman, Z. (2007). *Globalizacija: pasekmės žmogui*. Vilnius: Apostrofa.
5. Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in everyday life*. London: Sage.
6. Barthes, R. (2000). *Camera Lucida. Reflections on Photography*. London: Vintage.
7. Barthes, R. (1993). The Photographic Message. *A Barthes Reader*. Ed. S. Sontag. London.
8. Barthes, R. (2007). Dar syki – kūnas. *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*. Vilnius: Baltos lankos.
9. Berger, P. L., Luckmann, T. (1999). *Socialinės tikrovės konstravimas*. Vilnius: Pradai.
10. Bitinas, B., Rupšienė, L., Žydžiūnaitė, V. (2008). *Kokybinių tyrimų metodologija*. I dalis. Klaipėda: S. Jokudžio leidykla.
11. Buzaitytė – Kašalynienė, J., Rinkevičienė, V. (2009). Moters savo kūno suvokimas kaip socializacijos rizikos veiksnys. *Acta Paedagogica Vilnensia*, 23. Prieiga per Internetą: <[http://www.leidykla.eu/fileadmin/Acta\\_Paedagogica\\_Vilnensia/23/92-103.pdf](http://www.leidykla.eu/fileadmin/Acta_Paedagogica_Vilnensia/23/92-103.pdf)> [žiūrėta 2012 02 018].
12. Brown, J. S., Duguid, P. (2004). *Socialinis informacijos gyvenimas*. Vilnius: Charibė.
13. Becker, J., Stamp, G. (2005). Impression Management in Chat Rooms: A Grounded Theory Model. *Communication Studies*. P. 56.
14. Bucy, E. P. (2005). *Living in the Information Age a New Media Reader*. Australia. Canada. Mexico. Singapore. Spain. United Kingdom. United States. Wadsworth Thomson Learning.
15. Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. Prieiga per Internetą: <[http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd\\_ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd_ellison.html)> [žiūrėta 2012 02 01].
16. Berns, R. (2009). *Vaiko socializacija*. Vilnius: Poligrafija ir informatika.
17. Blos, P. (1967). The second individuation process of adolescence. *Psychoanalytic Study of the Child*. 22. P. 150–186.
18. Burgin, V. (1982). *Thinking photography*. London: Macmillan Press.
19. Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.
20. Castells, M. (2005). Tinklaveikos visuomenės raida. Kaunas: Poligrafija ir informatika.

21. Caputi, J. (2003). „Everyday Pornografy”. In Gail Dines, Jean M. Humez (ed.) *Gender, Race, and Class in Media: a Text-Reader*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
22. Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
23. Cusumano, D. L., Thompson, J. K. (2000). Media influence and body image in 8–11 year old boys and girls: A preliminary report on the Multidimensional Media Influence Scale. *International Journal of Eating Disorders*, 29. P. 37–44.
24. Chimombo, M. P. F., Roseberry, R. L. (1998). *The Power of Discourse: An Introduction to Discourse Analysis*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
25. Černius, J. V. (2006). *Žmogaus vystymosi kelias. Nuo vaikystės iki brandos*. Kaunas: Pasaulio lietuvių centras.
26. Čereška, B. (2004). *Reklama: teorija ir praktika*. Vilnius: Homo liber.
27. Černevičiūtė, J. (2010). *Kūnas vartojimo kultūroje: postmodernizmas, vartojimas, kūnas, kaip prekė*. Prieiga per internetą: <<http://marksistai.lt/skaityti/jurate-cerneviciute-kunas-vartojimo-kulturoje-postmodernizmas-vartojimas-kunas-kaip-preke>> [žiūrėta 2012 02 21].
28. December, J. (2005). The World Wide Web Unleashed. *Living in the Information Age A New Media Reader*. Australia. Canada. Mexico. Singapore. Spain. United Kingdom. United States. Wadsworth Thomson Learning. P. 16–172.
29. Dilley, P. (2004). Interviews and the Philosophy of Qualitative Research. *The Journal of Higher Education*, 75. P. 127–135.
30. Dirks, J. (1998). Transformative Learning Theory in the Practice of Adult Education: An Overview. PAACE. *Journal of Life Long Learning*. 7. P. 1–14.
31. Erikson, E. H. (2004). *Vaikystė ir visuomenė*. Vilnius.
32. Fiske, J. (1998). *Įvadas į komunikacijos studijas*. Vilnius: Baltos lankos.
33. Fiske, J. (2008). *Populiariosios kultūros supratimas*. Vilnius: Žara.
34. Foucault, M. (1999). *Seksualumo istorija*. Vilnius: Vaga.
35. Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Seabury.
36. Freire, P. (1970). *Cultural Action for Freedom*. Cambridge, MA: Harvard Educational Review.
37. Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. New York, NY: Continuum. (2000). *Kritinės sąmonės ugdymas*. Vilnius: Tyto Alba.
38. Fowles, J. (1996). *Advertising and Popular Culture*. Thousand Oaks. London, New Delhi: Sage Publications.

39. Freud, S. (2009). *Psichoanalizės įvadas. Paskaitos*. Vilnius: Vaga.
40. Fraser, M., Dutta, S. (2010). *Mano virtualieji aš. Kaip socialiniai tinklai keičia gyvenimą, darbą ir pasaulį*. Vilnius: Eugrimas.
41. Frederick, D. A., Forbes, G. B., Grigorian, K. E., Jarcho, J. M. (2007). The UCLA Body Project I: Gender and Ethnic Differences in Self-Objectification and Body Satisfaction Among 2, 206 Undergraduates. *Sex Roles*, vol 57. P. 317–329.
42. Flick, U. (2002). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Rowohlt's Enzyklopädie Verlag.
43. Geser, H. (2007). A very real virtual society: some macrosociological reflections on Second Life. *Sociology in Switzerland: Towards cybersociety and vireal social relations*. Prieiga per internetą: <[http://socio.ch/intcom/t\\_hgeser18.pdf](http://socio.ch/intcom/t_hgeser18.pdf)> [žiūrėta 2012 01 19].
44. Groesz, L. M., Levine, M. P., Murnen, S. K. (2002). The Effects of Experimental Presentation of Thin Media Images on Body Dissatisfaction: A Meta – Analytic Study. *International Journal of Eating Disorder*. P. 1–16.
45. Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Cambridge: Polity Press.
46. Gill, R. (2008). Empowerment / Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising. *Feminism & Psychology*, 18 (1). P 35–60.
47. Giddens, A. (2000). *Modernybė ir asmens tapatumas*. Vilnius: Pradai.
48. Giddens, A. (2005). *Sociologija*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
49. Girdzijauskienė, S. (2006). Kokybinis interviu. Metodiniai nurodymai. Vilnius: VU specialiosios psichologijos laboratorija.
50. Gudžinskienė, V. (2007). Vyrų ir moterų reprezentacija literatūroje bei mene. Lyčių stereotipų kūrimas. *Vaikų ir jaunimo rengimo šeimai programų rengimas. Mokomoji metodinė priemonė*. Vilnius: Sapnų sala.
51. Glodas, M. (2011). *Microsoft tyrimas: 75 proc. paauglių internete buvo užkalbinti nepažįstamųjų*. Prieiga per internetą: <<http://www.15min.lt/naujiena/pinigai/itkodas/tyrimas-75-proc-paaugliu-internete-buvo-uzkalbinti-nepazistamuju-51-136613#axzz1jprkOnFT>> [žiūrėta 2012 02 19].
52. Glaser, B. G. (1997). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
53. Gordon, R. A.(2000). *Eating disorders: Anatomy of a social epidemic*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

54. Germanavičiūtė, J. (2003). Moters įvaizdžio kategorijų raiška Lietuvos dienraščiuose. *Žurnalas Klėja*. Nr. 2(6).
55. Harrison, K., Taylor, L. D., Marske, A. L. (2006). Women's and men's eating behavior following exposure to ideal-body images and text. Prieiga per internetą: <<http://crx.sagepub.com/cgi/content/abstract/33/6/507>> [žiūrėta 2012 01 25].
56. Holmberg, C. B. (1998). *Sexualities and popular culture*. London: Sage.
57. Hutchby, I., Moran – Ellis, J. (2001). Relating children, technology and culture. *Children, Technology and Culture*. London and New York: Routledge/Falmer.
58. Husserl, E. (2005). *Karteziškosios meditacijos*. Vilnius: Aidai.
59. Internet World Stats. (2007). Prieiga per internetą: Prieiga per internetą: <<http://www.internetworldstats.com/eu/lt.htm>> [žiūrėta 2012 02 07].
60. Janulienė, S. (2008). Intymumo ženklai tarpukario (XX a. 4-tojo dešimtmečio) ir šiandieninėje (XXI a.) populiariosios lietuvių spaudos reklamose. *Viešojo diskurso retorika ir lingvistika*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. P. 135–149.
61. Jankauskaitė, M. (2005). Galios žaidimai masinės kultūros vaizdiniuose. *Lytis, medijos, masinė kultūra*. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla. P. 89–100.
62. Jovaiša, L. (2001). *Ugdymo mokslas ir praktika*. Vilnius: Agora.
63. Jovaiša, L. (2003). *Hodegetika: auklėjimo mokslas*. Vilnius: Agora.
64. Juodaitytė, A. (2002). *Socializacija ir ugdymas vaikystėje*. Vilnius: Petro ofsetas.
65. Juodaitytė, A., Šaparnytė, E. (2008). Vaikų kompiuterinės kultūros komunikacinio diskurso empirinis tyrimas. *Acta Paedagogica Vilnensia*, 21. Prieiga per internetą: <[http://www.leidykla.eu/fileadmin/Acta\\_Paedagogica\\_Vilnensia/21/101-116.pdf](http://www.leidykla.eu/fileadmin/Acta_Paedagogica_Vilnensia/21/101-116.pdf)> [žiūrėta 2012 02 28]
66. Joinson, A. (2003). *Understanding the Psychology of Internet Behaviour*. Virtual Worlds. Real Lives. Wales, Palgrave Macmillan.
67. Johnson – Hunter, P., Risku, M. T. (2003). Paolo Freire's Liberatory Education and the Problem of Service Learning. *Journal of Hispanic Higher Education*, vol. 2 (1). P. 98–108.
68. Jokubauskas, D. (2003). *Reklama ir jos poveikis vartotojui*. Vilnius: InSpe.
69. Jung, C. G. (1990). *Analytical Psychology: Its Theory and Practice (The Tavistock Lectures)*. Ark Paperbacks.
70. Kačerauskas, T. (2008). Kūnas gyvenamajame pasaulyje. *Mokslo darbai. Problemos*. 73.
71. Kardelis, K. (2005). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus.
72. Kavolis, G. (1995). *Kultūros psichologija*. Vilnius: Baltos lankos
73. Kvieskienė, G. (2005). *Pozityvioji socializacija*. Vilnius: VPU.

74. Kvieškienė, G. (2003). *Socializacija ir vaiko gerovė*. Monografija. Vilnius: VPU.
75. Kraniauskienė, S. (2004). Identiteto tyrimo metmenys: kartų identiteto paieška XX a. lietuvių autobiografijose. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*. Nr. 2. P. 40–53.
76. Kohlberg, L. (1987). *Child Psychology and Childhood Education: A Cognitive – Developmental View*. New York: Longman.
77. Kenna, K. Y. A., Mc. Barch, J. A. (2005). Plan 9 from Cy – berspace: The Implications of the Internet for Personality. *Living in the Information Age A New Media Reader*. Australia. Canada. Mexico. Singapore. Spain. United Kingdom. United States. Wadsworth Thomson Learning. P. 193–205.
78. Kidwell, J. S., Dunham, R. M. (1995). Adolescent identity exploration: A test of Erikson's theory of transitional crisis. *Adolescence*. 30 (120).
79. Kumar, R. (2005). *Research methodology: a step by step guide for beginners*. Sage Publications. London: Thousand Oaks, New Delhi.
80. Kim, J. H., Lennon, S. J. (2007). Mass Media and Self – Esteem, Body Image, and Eating Disorder Tendencies. *Clothing & Textiles Research Journal*, vol 25, no. 1. P. 3–23.
81. Kinčinaitis, V. (2001). *Interpretacijos: postmodernizmas, vizualinė kultūra, dailė*. Šiauliai: Saulės delta.
82. Kinčinaitis, V. (1996). Žiūrėti, geisti, fotografuoti. *Kultūros barai*. P. 38–42.
83. *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*. Straipsnių rinkinys (2007). Sudarytoja: Keršytė, N. Vilnius: Baltos lankos.
84. Landowski, E. (2007). Kūno scenografijos reklamose. *Kūno raiška šiuolaikiniame socialiniame diskurse*. Vilnius: Baltos lankos.
85. Leliūgienė, I. (2003). *Socialinė pedagogika. Vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
86. Lemme, B. H. (2003). *Suaugusiojo raida*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
87. Legkauskas, V. (2009). *Savimonė. Psichologo požiūriu*. Vilnius: Vaga.
88. Legkauskas, V. (2008). *Socialinė psichologija*. Vilnius: Vaga.
89. Leedy, P. D., Ormrod, J. E. (2005). *Practical Research: Planning and Design*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
90. Leonavičius, V. (2004). *Sociologija*. Kaunas: VDU.
91. *Lytis, medijos, masinė kultūra*. Straipsnių rinkinys (2005). Sudarytojos: Žukauskaitė, A., Aleksejūnaitė, V. Vilnius: Vilniaus dailės akademijos leidykla.

92. Macevičiūtė, E., Matkevičienė, R., Stonkienė, M. (2002). *Socialinių lyčių stereotipų formavimas žiniasklaidoje*. Prieiga per internetą: <<http://politika.osf.lt/kiti/santraukos/SocialiniuLyciuStereotipai.htm>> [žiūrėta 2012 01 20].
93. Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.
94. Marcia, J. E. (1994). Identity and psychotherapy. *Interventions for Adolescent Identity Development*. Ed. by S. L. Archer. Thousand Oaks: Sage. P. 29–45.
95. Marcia, J. E. (1980). Identity ir adolescence. *Handbook of Adolescent Psychology*. Ed. by J. Adelson. New York: Willey. P. 149–187.
96. Manners, J., Durkin, K. (2001). A critical review of the validity of Ego development theory and its measurement. *Journal of Personality Assessment*. 77 (3).
97. Mažeikis, G. (1999). Simbolinis mąstymas ir populiarioji kultūra. *Naujoji Romuva*. Nr. 4 (529). P. 20–26.
98. Mažeikis, G. (2006). *Propaganda*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
99. Meuser, M., Nagel, U. (1997). *Das ExpertInneninterview – Wissenssoziologische Voraussetzungen und methodische Durchführung*. Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Juventa Verlag.
100. Merizow, J. and Associates (2000). *Learning as Transformation. Critical Perspectives on a Theory in Progress*. San Francisco: Jossey–Bass.
101. Mezirow, J. (1997). Transformative Learning: Theory into Practice (Red. Cranton P.). *Transformative Learning in Action: Insights From Practice. New Direction For adult and Continuing Education*. San Francisco: CA Jossey Bass.
102. McLuhan, M. (2003). *Kaip suprasti medijas*. Vilnius: Baltos lankos.
103. Miškinytė, A., Bagdonas, A. (2010). Jaunų suaugusiųjų požiūrio į savo kūną sąsajos su demografiniais rodikliais. *Psichologija*. Nr. 42. P. 85–98.
104. Myers, G. D. (2000). *Psichologija*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
105. Meškys, K. (2007). *Kultūra kaip žinia. Nuo ženklo iki teksto. Įvadas į semiotiką*. Vilnius: Ciklonas.
106. Meškys, K. (2010). *Kaip valdyti medijas*. Vilnius: RDI Grupė.
107. Mickūnas, A. (2010). *Summa erotica*. Vilnius: Apostrofa.
108. Metz, Ch. (1991). Photography and Fetish. *The Critical Image – Essays on Contemporary Photography*. London: Lawrence & Wishart.
109. Merleau – Ponty, M. (1996). *Phenomenology of perception*. London, NY: Routledge.

110. Oberle, K. (2002). Ethics in qualitative health research. *Annals RCPSC* 35(8). P. 563–566.
111. Pakalkaitė, L. (2001). Internetas: randame ar prarandame? *Psichologija Tau*. Nr. 5. P. 34.
112. Pabedinskas, T. (2007). Fotografija: tarp vizualios patirties medijavimo ir simuliacijos. *Acta Academiae Artium Vilnensis*, 44. P. 97–114.
113. Pawluch, D. (2005). Qualitative analysis, Sociology. *Encyclopedia of Social Measurement*. Ed. K. Kempf–Leonard. Vol. 3. USA: Elsevier Inc. P. 231–236.
114. Piaget, J., Inhelder, B. (1969). *The psychology of the child*. New York: Basic Books.
115. Pruskus, V. (2008). Kūnas, vartojimas ir sėkmė: tarp būtinumo ir regimybės. *Filosofija. Sociologija*. 19 (1). P. 44–51.
116. Rajeckas, V. (2004). *Pedagogikos pagrindai*. Vilnius: VPU.
117. Ramanauskaitė, E. (2002). *Šiuolaikinės kultūros fenomenų tyrinėjimai*. Metodinė mokymo priemonė. Kaunas: VDUL.
118. Ruškus, J., Žvirdauskas, D., Kačenauskaitė, V. (2010). Interneto vartojimo grėsmių suvokimas ir patirtis: moksleivių viktimizacijos prielaidos. *Socialinis darbas*, 9(2). P. 70–78.
119. Ruškus, J., Sujeta, I. (2011). Moksleivių vaikinų sąmoningumo ugdymas reflektuojant internetinę pornografiją. *Acta Pedagogica Vilnensia*, 26. P. 82–95.
120. Rupšienė, L. (2007). *Kokybinio tyrimo duomenų rinkimo metodologija*. Klaipėda: KUL.
121. Robinson, I., Delahooke, A. (2001). Fabricating friendships: The ordinaries of agency in the social use of an everyday medical technology in the school lives of children. *Children, Technology and Culture*. London and New York: Routledge. Falmer.
122. Savanavičienė, A., Šilingienė, V. (2005). *Darbas grupėse. Vadovėlis*. Kaunas: Technologija.
123. Schaller, M., Latane, B. (1996). Dynamic Social Impact and the Evolution of Social Representations: A Natural History of Stereotypes. *Journal of Communication*, 46. P. 64–77.
124. Sontag, S. (2000). *Apie fotografiją*. Vilnius: Baltos lankos.
125. Stonkienė, M. (2003). Vyraujantys šeimos modeliai ir lyčių socialiniai stereotipai Lietuvos žurnaluose, skirtuose paaugliams. *Informacijos mokslai*. Nr. 25. P. 81–94.
126. Staniulienė, R. (2007). *Suaugusiųjų kultūros multiplikacija žurnaluose skirtuose vaikams ir paaugliams*. Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/docs2/MVBIDHBL.PDF>> [žiūrėta 2012 04 03].
127. Severin, W. J., Tankard, J. W. (2005). Uses of the Mass Media. *Living in the Information Age A New Media Reader*. Australia: Thomson Learning.
128. Strasburger, V. C., Donnerstein, E. (1999). Children, adolescents, and the media: Issues and solutions. *Pediatrics*, vol. 103. P. 129–139.

129. Suslavičius, A. (2006). *Socialinė psichologija: vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams ir ne tik jiems*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
130. Schipani, Daniel, S. (1984). *Conscientization and Creativity*. University Press of America.
131. Schwandt, T. A. (2000) Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretivism, hermeneutics, and social konstruktionism. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.) *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
132. Šaparnytė, E. (2007). *Vaičių kompiuterinės kultūros edukacinis diskursas socialinės realybės kontekste*. Daktaro disertacija. Prieiga per internetą: <[http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2007~D\\_20080925\\_100836-13091/DS.005.0.01.ETD](http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2007~D_20080925_100836-13091/DS.005.0.01.ETD)> [žiūrėta: 2012 01 10].
133. Šaparnis, G. (2000). Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimo metodai: kolizija ir suderinamumo perspektyva. *Publikuotas disertacijos rankraštis*. Šiauliai. P. 37–52.
134. Šidiškienė, D. (2008). Lytiškumo raida reklamos diskurse: tėvystės vaidmenys. *Viešojo diskurso retorika ir lingvistika*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. P. 172–186.
135. Talbot, M. (2007). *Media Discourse: Representation and interaction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
136. Tomlinson, J. (2002). *Globalizacija ir kultūra*. Vilnius: ALK.
137. Tiggemann, M. (2003). Media Exposure, Body Dissatisfaction and Disorder Eating: Television and Magazines are not the Same. *European Eating Disorders Review*, 11 (5). P. 418–430.
138. Tidikis, R. (2003). *Socialinių mokslo tyrimų metodologija*. Vilnius: LTU
139. Schaller, M., Latane, B. (1996). Dynamic Social Impact and the Evolution of Social Representations: A Natural History of Stereotypes. *Journal of Communication*, 46. P. 64–77.
140. Tereškinas, A. (2010). *Populiarioji kultūra, lytis ir seksualumas*. Prieiga per internetą: <[http://www.tinklink.lt/arturas\\_t/straipsniai/populiarioji\\_kultura\\_lytis\\_ir\\_seksualumas/](http://www.tinklink.lt/arturas_t/straipsniai/populiarioji_kultura_lytis_ir_seksualumas/)> [žiūrėta: 2012 05 10].
141. Tereškinas, A. (2007). *Esė apie skirtingus kūnus*. Vilnius: Apostrofa.
142. Tereškinas, A. (2001). *Kūno žymės: seksualumas, identitetas, erdvė Lietuvos kultūroje*. Vilnius: Baltos lankos.
143. Tereškinas, A. (2004). Konfliktinė hegemonija: žiniasklaida ir moterys Lietuvoje ir Europos sąjungoje. *Sociologija. Mintis ir veiksmai*, 3 (14). P. 65–78.
144. Tutkuvienė, J. (2001). Lietuvos mergaičių kūno sudėjimo pokyčiai per pastarąjį dešimtmetį ir neteisingo požiūrio į savo kūną veiksniai brendimo periodu. *Lietuvos dinaminės psichiatrijos žurnalas*, Nr. 2. P. 13–16.



145. Trachtenberg, A. (1980). *Classic Essays on Photography*. New Haven, Conn: Leete's Island Books.
146. Thompson, M. A., Gray J. J. (1995). Development and validation of a New Body–Image Assessment Scale. *Journal of Personality Assessment*, 64 (2), P. 258–269.
147. Uznienė, R. (2009). *Medijinis ugdymas: švietimas, lavinimas ir mokymas apie žiniasklaidą*. Klaipėda: KUL.
148. Vaičiulienė, A. (2004). *Paauglio psichologija. Vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams*. Vilnius: Presvika.
149. Vaitkevičius, J. (1995). *Socialinės pedagogikos pagrindai: vadovėlis magistrantams, doktorantams, pedagogams, studentams*. Vilnius: Egalda.
150. Vandzinskaitė, D., Rušku, J. (2008). *Žinojimo demokratinimas tiriant Kooperuotų studijų veiksmingumą. Focus grupės dalyvių balsai*. Prieiga per internetą: <[http://kooperia.su.lt/files/dokumentudb/mazeikienes%20kn/Kooperuotu\\_studiju\\_sociakulturine\\_adaptacija\\_Lietuvoje.pdf](http://kooperia.su.lt/files/dokumentudb/mazeikienes%20kn/Kooperuotu_studiju_sociakulturine_adaptacija_Lietuvoje.pdf)> [žiūrėta: 2012 01 10].
151. *Viešojo diskurso retorika ir lingvistika*. Straipsnių rinkinys (2008). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
152. *Vieši gyvenimai, intymios erdvės. Kūnas, viešumas, fantazija šiuolaikinėje Lietuvoje*. Straipsnių rinkinys (2002). Sudarytojas Tereškinas, A. Vilnius: Baltos lankos.
153. Vaičiulienė, A. (1999). Tapatumas ir tapatumo krizė paauglystėje. *Psichologija. Mokslo darbai*. 19. P. 101–112.
154. Vaičiulienė, A. (2004). *Paauglio psichologija*. Vilnius: Presvika.
155. *Visuotinė lietuvių enciklopedija*. (2008). Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla.
156. Walter, W. (1994). *Strategien der Politikberatung. Die Interpretation der Sachverständiger–Rolle im Lichte von Experteninterviews/Hitzler/Honer/Maeder* (Hg.). Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit. Opladen.
157. Waskul, D. D. (2004). Sex and the Internet: Old Thrills in a New World; New Thrills in an Old World. In: Waskul, D. D. (ed.) *Net.SeXXX. Readings on Sex, pornography and the internet*. New York: Peter Lang.
158. Winnicott, D. W. (1964). *The Child, the Family and the Outside World*. Harmondsworth: Penguin; Reading, Mass: Addison-Wesley.
159. Watson, N. (1997). Why We Argue About Virtual Community: A Case Study of the Phish. Net Fan Community. In S. Jones (ed.), *Virtual Culture: Internet and communication incybersociety*. London: Sage.

160. Wolak, J., Mitchell, K., Finkelhor, D. (2006). Online Victimization of Youth: Five Years Later. *National Center For Missing & Exploited Children*. Prieiga per internetą: <[www.unh.edu/ccrc/pdf/CV138.pdf](http://www.unh.edu/ccrc/pdf/CV138.pdf)> [žiūrėta 2011 12 19].
161. Willard, N. (2007). Youth Risk Online Insight for Professionals Who Work With Youth. Presentation Notes. *Center for Safe and Responsible Use of the Internet*. Prieiga per internetą: <<http://csriu.org>>; <<http://cyberbully.org>> [žiūrėta 2011 12 19].
162. Wells, L. (1997). *Photography: A Critical Introduction*, London, New York: Routledge.
163. Wells, A., Hakanen, E. A., (1997). *Mass Media & Society*. Ablex Publishing Corporation.
164. Wegenstein, B. (2006). *Getting under the skin: the body and media theory*. Cambridge, MA: MIT Press.
165. Žukauskienė, R. (2007). *Raidos psichologija*. Vilnius: Margi raštai.
166. Žukauskaitė, A. (2004). *Moteris ir vizualinė reprezentacija*. Prieiga per internetą: <<http://www.gap.lt/main.php/id/599/lang/1>> žiūrėta [2012 05 02].
167. *Žurnalistų etikos inspektoriatas 2008 metų veiklos ataskaita ir 2007 – 2008 metų analitinė apžvalga „Demokratinės visuomenės informavimo kultūros plėtros gairės“*. (2009). Prieiga per internetą: <<http://www3.lrs.lt/docs2/DRPDWDVS.PDF>> [žiūrėta 2012 04 03].
168. Выготский, Л. С. (1982). *Мышление и речь*. Москва: Педагогика.
169. Выготский, Л., С. (1991). *Педагогическая психология*. Москва: Педагогика.

## **PRIEDAI**