

IV. EDUKOLOGIJA

ŠIUOLAIKINĖ ANIMACIJA VAIKO PASAULYJE

Dr. Tomas Butvilas

Mykolo Romerio universitetas, Socialinės politikos fakultetas, Edukacinės veiklos katedra
Ateities g. 20, LT-08303 Vilnius
Telefonas (8 5) 271 4710
Elektroninis paštas tbutvilas@mruni.eu

Alina Juozapaitytė

Vaiko teisių apsaugos programos magistrė
Mykolo Romerio universitetas, Socialinės politikos fakultetas, Edukacinės veiklos katedra
Ateities g. 20, LT-08303 Vilnius
Telefonas (8 5) 271 4710
Elektroninis paštas alinuxe@gmail.com

Pateikta 2008 m. sausio 23 d.

Parengta spausdinti 2008 m. kovo 21 d.

Santrauka

Pristatomame tyrime aprašomas žiniasklaidos (medijų) kultūros daugiamačiškumas šiandieniniame pasaulyje, taip pat esamų ar numanomų šios kultūros santykių su vaiku pobūdis bei galimas poveikis jo dorovinėms nuostatomis. Taikant žvalgomąjį tyrimą atskleidžiamas animacinių filmų paplitimo tarp 9–11 metų vaikų mastas, parodoma animacijos stiliaus pasirinkimų motyvai bei vaikų emocinis santykis su jos turiniu.

Pagrindinės sąvokos: žiniasklaidos (medijų) kultūra, vaikas, šiuolaikinė animacija.

Įžanga

Vakarų šalyse jau seniai susidomėta ir įvairiais aspektais nagrinėjama televizijos ir jos rodomų filmų bei programų daroma įtaka vaikams. Siekiant apsaugoti vaikus nuo neigiamo poveikio, diegiamos cenzūros; tėvai skatinami ginti savo vaikus nuo žalingos įtakos specialiais prietaisais, kuriais blokuojami smurtinio turinio kanalai; ugdomas pačių vaikų atsparumas smurtui ir kita (Singer, 1990 ir kt.). Tačiau tai nėra pakankamai efektyvios priemonės. Kita vertus, jos kol kas tik minimaliai taikomos Lietuvoje. Vaikai labiau linkę žiūrėti televizorių bei žaisti įvairius kompiuterinius žaidimus, negu skaityti knygas, bendrauti su draugais, sportuoti ir kita. Neretai tam skiriamas ne tik laisvas, bet ir mokinių pamokų ruošos laikas. Šiuo požiūriu nemažai tyrėjų (Jusienė, Tuominienė, 2005; Singer, 1990 ir kt.) savo darbuose išryškina ilgalaikį neigiamą televizijos poveikį vaikų *fizinei* (silpnėja akys, fizinis pasyvumas lemia imuniteto pažeidžiamumą ir kt.) ir *psichinei* (padidėjęs vaikų agresyvumas, kiti elgesio pakitimai) sveikatos būklei. Visa tai dar labiau pabrėžia televizijos programų ir rodomų filmų neigiamą poveikį vaiko psichosocialinei gerovei.

Šia prasme pabrėžtinai vidurinėsios vaikystės laikotarpis (arba jaunesnysis mokyklinis amžius), kai sparčiai vystosi vaiko loginis mąstymas, suvokimas, lavėja jo vaizduotė, dėmesys ir atmintis, kalbiniai gebėjimai, plečiasi žodynas. Nors šiuo laikotarpiu vaikui dar nelengva spręsti hipotetines, abstrakčias problemas, jis pradeda suvokti, kad jo sprendimai neadekvatūs, todėl siekia aplinkos ir savo pažintinių gebėjimų pusiausvyros. Jos ieškodamas vaikas siekia suderintų, stabilių ir efektyvių būdų išskylančioms problemoms spręsti. Taigi šį laikotarpį tikslinga panaudoti mokant vaikus socialiai priimtinių elgesio taisyklių, efektyvesnių konfliktų sprendimo būdų. Būtent pradinėse klasėse vaikas tampa mokiniu (pareigos, o ne tik žaidimai), pratinasi prie disciplinos, mokosi bendradarbiavimo ir bendra-

vimo su kitais vaikais modelių ir būdų, atranda bei sykiu kuria savo statusą klasėje ir tarp draugų (savo įvaizdžio kūrimas, konkurencija, grupelių kūrimasis). Vykstant tokiems aktyviems pokyčiams (nauji draugai, nauji interesai – būreliai, bendrieji žaidimai bei filmai, televizijos laidos ir kt.), neišvengiamai keičiasi, formuojasi ar persiformuoja ir vaikų vertybinės orientacijos.

Lietuvoje, kaip ir kitose šalyse, nemažai kalbama ir rodomos televizijų laidos žalingos informacijos poveikio nepilnamečiams klausimais (Meškauskaitė, Paulionytė, 2001; Valiulis, 2005; Jusienė, Tuominienė, 2005 ir kt.). Tačiau apie šiuolaikinių animacinių filmų daromą įtaką, diegiamas vertybes iki šiol kalbama mažai (Singer, 1981; 1990). Tačiau šiuolaikinė animacija, kaip ir kitos televizijos programos bei filmai, iš esmės pasikeitė tiek savo turiniu, siekiamais tikslais bei diegiamomis vertybėmis, tiek išraiškos priemonėmis.

Todėl ir šio **tyrimo objektas** – jaunesniojo mokyklinio amžiaus (9–11 metų) vaikų šiuolaikinių animacinių filmų pasirinkimo motyvai bei emocinio santykio su šių filmų turiniu pobūdis.

Straipsnio tikslas – nustatyti animacinių filmų pasirinkimo priežastis ir paplitimo tarp šio amžiaus vaikų tendencijas.

Buvo numatyti ir šie **uždaviniai**:

1. Aptarti šiuolaikinių animacinių filmų pobūdį ir išryškinti jų poveikio jaunesniojo mokyklinio amžiaus vaikų vertybinėms nuostatomis teorines prielaidas.
2. Išskirti daugiausia vaikų žiūrimus animacinius filmus ir atskleisti jų požiūrį į šiuos kūrinius.

Tyrimo metodai.

Teoriniai: mokslinės literatūros, pasirinktos temos klausimais, analizė, vertinimas ir apibendrinimas.

Empiriniai: anketavimu, nustatytos šiuolaikinių animacinių filmų paplitimo tarp jaunesniojo mokyklinio amžiaus vaikų priežastys ir jų emocinis santykis su tokio žanro filmų turiniu.

Statistiniai: dažnių paskirstymo analizė.

Tyrimo imtis ir organizavimas: tyrimas buvo atliekamas Vilniaus miesto Vytės Nemunėlio pradinėje mokykloje 2007 m. kovo mėn. Žvalgomajame tyrime dalyvavo 100 moksleivių (III kl. – 45 mok., IV kl. – 55 mok.). Kitai tariant, tiriamųjų imtį sudarė 9–11 metų vaikai. Atliktu tyrimu nepretenduojama į gautų išvadų generalizaciją, tačiau duomenys atskleidžia tam tikras tendencijas.

1. Šiuolaikinės animacijos ir žiniasklaidos (*medijų*) poveikis vaikų socialinei (*savi*)raidai

Animaciniai filmai yra vienas iš svarbesnių televizijos komponentų, orientuotų išimtinai į vaikus. Ši plati auditorija yra ypač imli reklamai, animacijai ir vaizdams, kuriuos regi ne tik jiems skirtose programose. Net reklaminės kompanijos pasitelkia vaikus, kad jie įtikintų tėvelius nupirkti vieną ar kitą produktą, ir tai pasiteisina. Vaikai tampa rizikos grupe patirti didžiausius neigiamus televizijos (taip pat ir netinkamų animacinių filmų) poveikius. Sociologų (Bettelheim, 1987; Bruner, 1980 ir kt.) tyrimai rodo, kad pasaulyje, o ir Lietuvoje, vaikai ir jaunimas tebėra gausiausia ir pastoviausia kino bei televizijos žiūrovų dalis. Jau ikimokyklinio amžiaus vaikai tampa televizijos žiūrovais ir žiūri televizijos laidas, skirtas ne tik jiems, bet ir suaugusiems. Ikimokyklinio, o vėliau ir mokyklinio amžiaus vaikai „kasdien praleidžia prie ekranų nuo 30 minučių iki 1,5–2 valandų“ (Tidikienė, 1989, p. 5).

Televizija ir kinas labai pakeitė žmogaus dvasinį gyvenimą. Jie sukūrė iš esmės naują komunikacijos ir laisvalaikio rūšį; tapo plačiai pripažintomis informacijos ir propagandos priemonėmis, padedančiomis šviesti ir supažindinti visuomenę su kultūrinėmis vertybėmis. Kartu šiuolaikinė civilizacija labai keičia ir žmogaus psichiką. Šie pakitimai atsiranda dėl kompleksinės įvairių veiksnių įtakos: informacijos pertekliaus, technikos tobulėjimo bei plitimo, gyvenimo tempų spartėjimo, naujų masinės komunikacijos priemonių plitimo ir kt. Dėl to sunku skirti grynai tiksliai ekrano poveikio padarinius moksleiviams. Tačiau, L. Tidikienės nuomone (1989), žiniasklaidos priemonės, ypač kinas ir televizija, daro didelį poveikį žmogui, ir pirmiausia vaikystėje, kai formuojasi asmenybė.

Televizija padeda susipažinti vaikui, dar ikimokykliniui, su daugeliu reiškinių, nepriklausančių jo pažįstamai aplinkai, nes vaikai, pratinasi žiūrėti įvairias televizijos laidas, nesitenkindami laidomis, skirtomis vien jiems. Gerai nesuprasdami suaugusiems skirtų laidų turinio, jie susiduria su daugybe pamatytų sudėtingų faktų, išgirstų nuomonių, žodžių. Visa tai žadina vaikų smalsumą, norą išsiaiškinti, kas yra kas.

L. Tidikienė (1989) teigia, kad ekraninės informacijos poveikis jaunesiems žiūrovams slypi regimuose vaizduose, turinčiuose didelį poveikį žmogui, juolab vaikui. Be to, turėdama unikalias vaizdavimo priemones ir technines galimybes rodyti įvairius reiškinius, televizija įdomiomis formomis supažindina žiūrovus su gamtos reiškiniais, žmonių gyvenimo, valstybių ir viso pasaulio įvykiais, sukuria dalyvavimo įdomiuose, reikšminguose įvykiuose iliuziją, padaro žiūrovą toli nuo jo vykstančių įvykių liu-

dininku. Televizija pažeidė klasikinę vaiko amžių atitinkančią pasaulio pažinimo logiką ir nuoseklumą – nuo artimo prie tolimo. Televizija labai išplėtė vaikų žinias, pagreitino suaugusiųjų pasaulio pažinimo tempus. Kita vertus, televizijos tendencija persotinti žiūrovą informacija, sukurti regimųjų įspūdžių perteklių, ir jaunųjų žiūrovų polinkis peržengti vadinamąjį suvokimo slenkstį, ekraninės informacijos vartojimo saiką skatina jų neišrankų, nediferencijuotą ir nekryptingą suvokimą, jie nebežino paprasčiausių pasakų, dainų ir kt. Nekryptingas žiūrovas suvokia tik tam tikrą dalį nepalaujamai tekančios informacijos, atskirus fragmentus. Taip įsitvirtina įprotis suvokti nemažant, paviršutiniškai, tik tariamai perimti informaciją.

L. Tidikienė (1989) teigia, kad emocinio poveikio laipsnis, žinoma, priklauso nuo vaiko emocinio imlumo: veiklos pobūdžio ir intensyvumo atspindėjimą lemia kūrybinis vaiko aktyvumas bei savarankiškumas. Kuo žiūrovas jaunesnis, tuo patikliau priima ekrano vaizdus, sykiu formuojasi ir nuoširdesnis požiūris į juos. Stebint vaikus, galima aiškiau pamatyti televizijos poveikį žmogaus sąmonei ir elgesiui. Ekrano vaizdų tikrumas ir išraiškingumas sustiprina jaunesniojo mokyklinio amžiaus vaikų tikėjimą realumu to, ką mato. Suvokimo nuoširdumas pasireiškia vaikų noru dalyvauti įvykiuose, pakeisti jų eigą, padėti herojams. Pakartotinai žiūrint filmą, tiesioginiai išgyvenimai ne mažėja, bet kartais didėja. Taip yra, nors jau vyresniojo ikimokyklinio amžiaus vaikai pradeda suvokti ekrane vykstančių įvykių sąlygiškumą ir domisi jų kūrimo paslaptimis. Neabejotina ir tai, kad ekranas prikausto ne tik tai jaunesniojo amžiaus žiūrovų dėmesį, bet patraukia bei daro nemažą poveikį ir vyresniojo amžiaus vaikams.

Kalbėdamas apie televizijos įtaką vaikų vaizduotės ir kalbinių gebėjimų vystymuisi T. Beltonas (2001) teigia, kad kuo daugiau laiko vaikas praleidžia prieš ekraną, tuo mažiau jis galės laisvai žaisti ir bendrauti su žmonėmis. Vadinasi, televizijos programos (filmai, animaciniai filmukai) nesukuria tinkamos aplinkos, kurioje vaikas galėtų sąveikauti, bendrauti. Filmų žiūrėjimas nėra fizinis kontaktas kaip, pavyzdžiui, žemė, akmuo ar pieštukas ir popierius, taip pat čia nėra žmogiškosios komunikacijos elementų. Tikro ryšio, bendravimo nebuvimas riboja vaiko galimybę plėtoti savo kalbą. M. Large (1980) tvirtina, kad dėl televizijos įtakos kai kurie vaikai mažiau žino rimuotų vaikiškų eilėraščių ir jų žodynas pradžios mokykloje gerokai sumažėjęs. J. Singer ir D. Singer (1981, 1990) pritaria šiai nuostatai, kad jauno amžiaus pradėjus žiūrėti televiziją pasireiškia neigiamos įtakos vaikų mąstymo struktūrų formavimuisi.

2. Animacijos transformacija: kultūrinės savitumo tendencijos

S. Valiulis (2005) tikina, kad iki šiol buvę animacijos gerumo, kokybiškumo ar kiti vertinimo matai iš dalies nebetenka savo galios dėl pačios šiuolaikinės animacijos pokyčių. Apskritai sunku suvokti, kur yra animacijos vertinimo ribos, o animacinės produkcijos pateikimo formų ribos apskritai nebeegzistuoja (kinas, TV laidos, videotakeliai, TV animaciniai serialai, reklama ir kt.). Todėl animacijos funkcijos lieka bene vienintelis rimtas matas, kuriuo šiandien galima vertinti ir lietuviškąją animaciją. Šiuolaikinė animacija padeda pavaizduoti tai, ką sunku suprasti, suvokti. Itin svarbus informacijos klestėjimo epochoje tampa estetinis, etinis ir intelektualinis vaiko auklėjimas. Animacinis filmas dabar jau sietinas ne vien su kinu, daile, bet ir su įvairiomis meno šakomis, kompiuteriniais žaidimais ir/ar kompiuteriu apskritai, internetu. Jis padeda geriau suvokti tikrovę, gali ugdyti vaikų gebėjimą pažinti gyvenimą, parengti jų mąstymą tokiam lygiui, kokį lemia šiuolaikinis mokslas bei kultūra. S. Valiulis skiria kelias animacijos funkcijas: „meninę, komunikacinę, kultūrinę, edukacinę, pramoginę, saviraiškos, socializacijos, universalumo ir kt.“ (Valiulis, 2005, p. 38). Socializacijos funkcija dera su universalumo funkcija, nes animacija labai lakoniškai naudoja žodį arba jo visai nenaudoja, todėl susikuria pasaulinė animacijos terpė, ypač per TV kanalus. Būtent čia konkuruoja ir dera skirtingos animacijos tradicijos bei mokyklos: JAV, japonų, rusų, prancūzų, lenkų ir kt.

Japonų animaciniai filmai užima svarbią vietą pramogų industrijoje. Tai savitas, būdingas animacijos stilius. Įtraukiama daugiau detalių ir tikslumo kuriant žmogaus charakterį, realistišką išvaizdą, elgesį ir judesius. Prie žmogiškųjų savybių pridedama animacinių filmų kūrėjų pasididžiavimas – gana unikalūs ir gana gausūs nežmogiškieji veikėjai, tokie kaip kalbantys katinai, ateiviai, lakios fantazijos būtybės, tokios kaip elfai, nykštukai, į žmogų panašūs robotai (*androidai*) ir daug kitų labai unikalių bei neįprastų veikėjų. Kartu pagrindinė siužeto linija taip pat dažnai turi ir rimtesnių bei filosofinių temų, padedančių suaugusiesiems ir vaikams mąstyti panašiai (*Violence in Animation*¹, 2006).

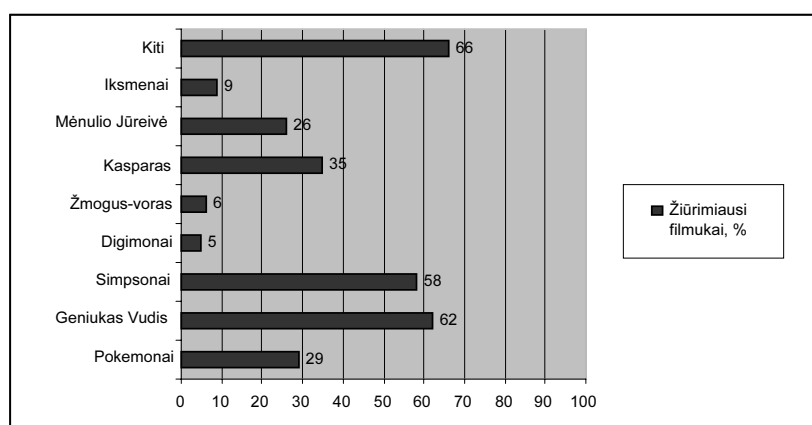
Kita vertus, kiekvienas animacinis filmas turi ir savo muzikinį foną, pritaikytą veikėjų charakteriams ir įvairioms situacijoms išreikšti. Be to, šiuolaikiniai animaciniai filmai labai veikia ir rinkos pasaulį: fanai gali rasti įvairių prekių su savo mėgstamais herojais – žaislų, kortelių ar kortų, videožaidimų, plakatų, lipdukų, drabužių, mokyklinių reikmenų ir kt. Kompanijos, kurioms priklauso

¹ Pagal: <http://andorus17.tripod.com/ings/writings/tv-violence.html>

animaciniai filmukai, iš populiarių animuotų prekių gauna nemažai pelno (*Violance in Animation*, 2006). Pastebėta, kad net parduotuvių vitrinose išdėliotų animacinių filmų viršeliuose ar reklaminiuose stenduose dažniausiai vaizduojamas smurtinis aktas: ginklas, kovos scena ar agresyvus elgesys (*Cartoon Violence*¹, 2006).

3. Vaikų pasirinkimo motyvų ir emocinio santykio su šiuolaikinės animacijos turiniu tyrimo analizė

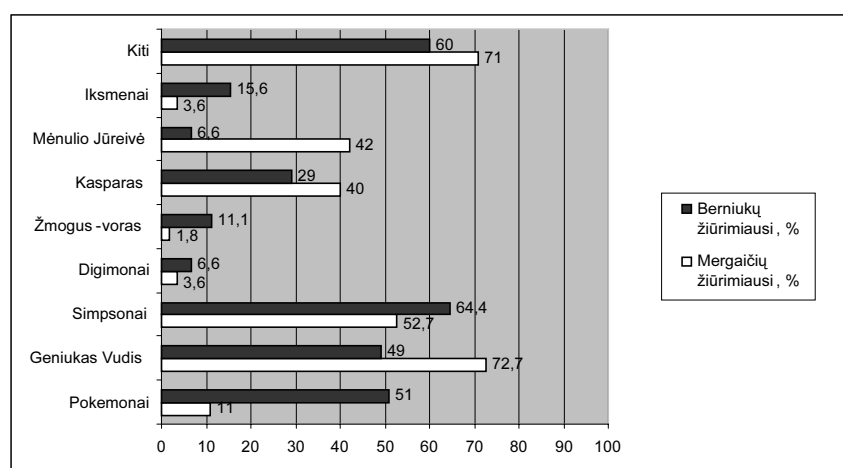
Aptariant animacinių filmų, kaip vienos iš šiuolaikinės žiniasklaidos (*medijų*) kultūros formų, paplitimą tarp jaunesniojo mokyklinio amžiaus vaikų, svarbu nustatyti jų pasirinkimų motyvus bei galimą emocinį santykį su animacinio filmo turiniu. Kitaip tariant, kuo jaunuosius žiūrovus šiuolaikinė animacija žavi, kokios herojų savybės ir sukurti charakterio bruožai yra patrauklūs, kaip ji paplitusi tiriamųjų vaikų tarpe pateikiama 1 paveiksle.



1 pav. III–IV klasių mokinių dažniausiai žiūrimi animaciniai filmai (proc.)

Tyrimo duomenys parodė, kad vaikų labiausiai žiūrimi animaciniai filmai yra: „Geniukas Vudis“ (62 proc.), „Simpsonai“ (58 proc.) ir „Kasparas“ (35 proc.). Mažiausiai žiūrimi – „Digimonai“, „Žmogus-voras“ bei „Iksmenai“. Vaikai dažniausiai renka animacinius filmus, kuriuose gausu šmaikščių posakių, poelgių, nemažai veiksmo ir draugiškų santykių.

Palyginus berniukų ir mergaičių žiūrimiausius animacinius filmukus, taip pat išryškėja ir jų pobūdis, t. y. vienus labiau pamėgusios mergaitės, o kiti – daugiau mėgstami berniukų bei visų vaikų (2 pav.).

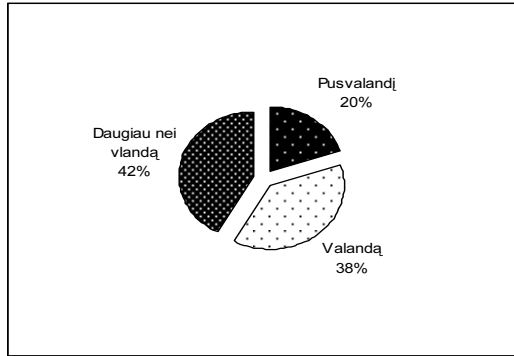


2 pav. Mergaičių ir berniukų dažniausiai žiūrimi animaciniai filmai (proc.)

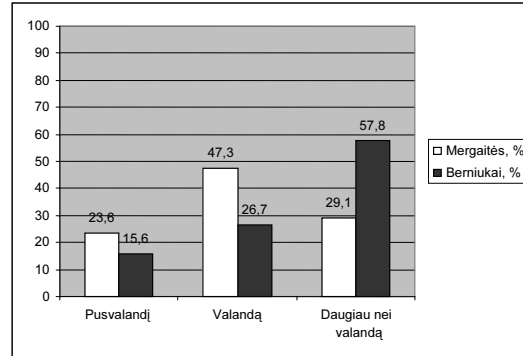
¹ Pagal: <http://ehlt.flinders.edu.au/education/DLiT/2003/Group1/cartoons.htm>

Matyti, kad tiek berniukai, tiek ir mergaitės žiūri būtent tuos animacinius filmus, kurie ir yra populiariausi („Geniukas Vudis“, „Simpsonai“, „Kasparas“). Taip pat nustatyta, kad nebuvo nė vieno animacinio filmo, kurio būtų visiškai nepasirinkę berniukai ar mergaitės (pvz., dėl to, kad per daug mergaitiškas, berniukiškas ar neįdomus). Tai, matyt, būtų galima paaiškinti tuo, kad vaikams patinka žiūrėti animacinius filmus, ir jie juos žiūri tik tam tikru laiku. Vadinasi, jiems tiesiog tenka žiūrėti tai, ką rodo televizija, nepaisant, ar tai patinka. Tai patvirtina ir faktas, kad populiariausiais filmais buvo išrinkti būtent tie, kuriuos tuo metu ir rodė per Lietuvos televizijos kanalus.

Vaikų laikas, praleistas žiūrint vienokią ar kitokią animaciją, turi tam tikros įtakos ir vaiko pasaulėžiūrai, vertybinėms nuostatomis (Belton, 2001; Tidikienė, 1989 ir kt.). Tyrimu buvo atskleista, kad dauguma tiriamųjų animacinius filmus žiūri daugiau nei valandą ar bent valandą (3 ir 4 pav.).



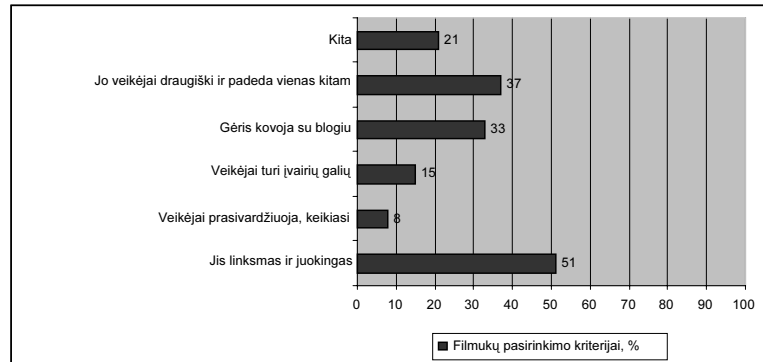
3 paveikslas. Laikas, skirtas animaciniams filmams žiūrėti per dieną (proc.)



4 paveikslas. Mergaičių ir berniukų laiko, žiūrint animacinius filmus, pasiskirstymas (proc.)

Palyginus berniukų ir mergaičių rezultatus matyti, kad daugiau nei valandą žiūrėti animacinius filmukus linkę berniukai (57,8 proc.), o mergaitėms dažniausia užtenka valandos (47,3 proc.). Taigi berniukai – grupė, ilgiau ir aktyviau veikiama animacinių filmų, o tai, esant neigiamam tokių filmų poveikiui, gali skatinti ir netinkamas jų vertybinių nuostatų formavimosi tendencijas.

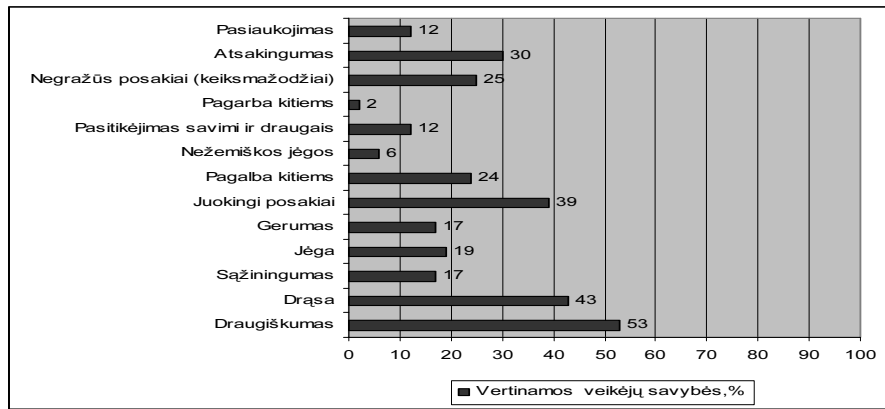
Taip pat buvo siekta išsiaiškinti, kokiais kriterijais vadovaujamosi renkantis vienokią ar kitokią animaciją. Kitaip tariant, kokie *motyvai* skatina vaikus rinktis animacinį filmą (5 pav.).



5 paveikslas. Kriterijai, kuriais mokiniai remiasi rinkdamiesi animacinius filmus (proc.)

Rezultatai parodė, kad tiriamieji filmus dažniausiai renka pagal tai, ar jie yra juokingi ir linksmi (51 proc.). Be to, filmai jiems patinka dar ir dėl to, kad jų veikėjai draugiški bei padeda vieni kitiems (37 proc.); gėris kovoja su blogiu (33 proc.). Nors kai kuriuose animaciniuose filmuose vartojami keiksmažodžiai, tačiau tai tirtų vaikų nežavi – tik maža dalis respondentų pasirinko šį variantą (8 proc.). Vadinasi, nors ir neryškiai, bet neigiamas animacinių filmų poveikis vaikų nuostatomis ir bendrajai kultūrai, jų moralės formavimui yra galimas bei pastebimas.

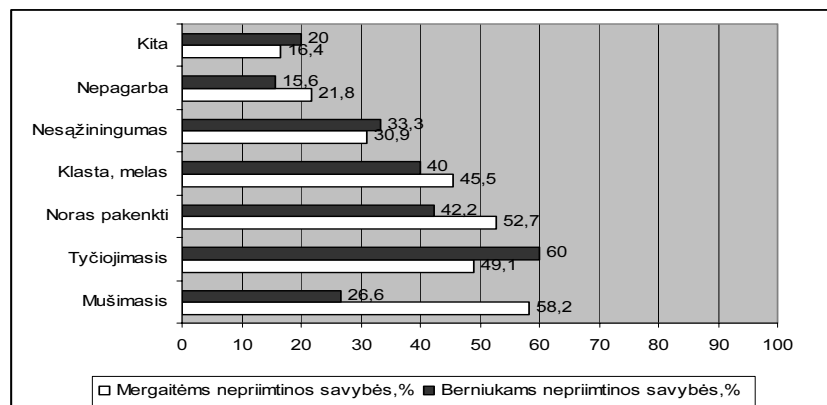
Tuo tarpu, analizuojant vaikų emocinį santykį su žiūrimos animacijos veikėjais arba, kitais žodžiais, – labiausiai patinkančias animacinių filmų veikėjų savybes, pasitvirtina anksčiau atsiskleidusi tiriamųjų labiausiai vertinama savybė – *draugiškumas*. Šią veikėjų savybę nurodė šiek tiek daugiau nei pusė visų tiriamųjų (6 pav.).



6 paveikslas. Labiausiai vaikų vertinamos animacinių filmų veikėjų savybės (proc.)

Taip pat nustatyta, kad vienos iš labiausiai vertinamų savybių yra animacinių filmų veikėjų *drąsa* (43 proc.) bei *atsakingumas* (30 proc.). Tačiau tokios savybės, kaip pasitikėjimas, pagarba kitiems, gerumas ar sąžiningumas, tiriamųjų buvo mažiau vertinamos negu vartojami necenzūriniai žodžiai (25 proc.), juokingi posakiai (39 proc.) ar jėga (19 proc.). Vadinas, autoritetingi šiuolaikinės animacijos veikėjai vaikams diegia pagrindines vertybes (draugiškumą, pagalbą, atsakingumą ir kt.), tačiau taip pat dažnai skatina žavėtis jėgos naudojimu, juoktis iš ne visada juokingų situacijų bei gausinti žodyną nevertotinais posakiais.

Labiausiai nepriimtinas animacinių filmų veikėjų savybes skirtingai vertina berniukai ir mergaitės (7 pav.).



7 pav. Labiausiai nepriimtinos animacinių filmų veikėjų savybės (proc.)

Didžiausias skirtumas, išryškėja vertinant *mušimą* (fizinį smurtą): tai nepriimtina kone trečdaliui berniukų ir daugiau nei pusei mergaičių. Tačiau berniukams (60 proc.) nepriimtinesnė savybė yra tyčiojimas.

Išvados

1. Šiuolaikinė animacija – vienas iš svarbesnių televizijos komponentų, orientuotų išimtinai į vaikus. Ši plati auditorija yra ypač imli reklamai, animacijai ir vaizdams, regimiems ne tik jiems skirtose programose. Net reklaminės kompanijos naudoja vaikus, kad šie įtikintų tėvelius nupirkti vieną ar kitą produktą, ir tai pasiteisina. Vadinas, taip vaikai tampa rizikos grupė patirti didžiausius neigiamus televizijos (taip pat ir netinkamų animacinių filmų) poveikius.

2. Svarbiu šiuolaikinės animacijos komponentu šiandieninėje informacijos klestėjimo epochoje tampa estetinis, etinis ir intelektualinis vaiko auklėjimas. Animacinis filmas, sietinas ne vien su kinu, dailė, bet ir su įvairiomis meno šakomis, kompiuteriniais žaidimais ir/ar kompiuteriu apskritai, internetu, padeda geriau suvokti tikrovę, gali ugdyti vaikų gebėjimą pažinti gyvenimą, parengti jų mąstymą tam lygiui, kurį lemia šiuolaikinis mokslas bei kultūra.

3. Tyrimo metu nustatyta, kad šio amžiaus vaikai dažniausiai renkasi animacinius filmus, kuriuose gausu šmaikščių posakių, poelgių, nemažai veiksmo ir draugiškų santykių. Vaikų laikas, praleistas žiūrint vienokią ar kitokią animaciją, turi tam tikros įtakos vaiko pasaulėžiūrai, vertybinėms nuostatomis ir kt.

4. Palyginus berniukų ir mergaičių rezultatus nustatyta, kad daugiau nei valandą žiūrėti animacinius filmukus linkę berniukai, o mergaitėms dažniausiai užtenka valandos. Taigi berniukai – grupė, ilgiau ir aktyviau veikiama animacinių filmų, o tai, esant neigiamam tokių filmų poveikiui, gali skatinti ir netinkamas jų vertybinių nuostatų formavimosi tendencijas.

5. Rezultatai parodė, kad tiriamieji filmus renkasi dažniausiai pagal tai, kiek jie yra jiems juokingi ir linksmi. Be to, filmai jiems patinka dar ir dėl to, kad juose veikėjai draugiški ir padeda vieni kitiems, o gėris kovoja su blogiu. Tuo tarpu, analizuojant vaikų emocinį santykį su žiūrimos animacijos veikėjais, pasitvirtina anksčiau atsiskleidusi tiriamųjų labiausiai vertinama savybė – *draugiškumas*. Taip pat nustatyta, kad vienos iš labiausiai vertinamų savybių yra animacinių filmų veikėjų *drauša* bei *atsakingumas*.

Literatūra

1. Belton, T. *Television and Imagination: An Investigation of the Medium's Influence on Children's Story-Making*. Media, Culture & Society, Vol. 23, No. 6. London. Sage, 2001.
2. Bettelheim, B. *A Good Enough Parent*. New York. Albert Knopf, 1987.
3. Bruner, J. *The Conditions of Creativity* in *On Knowing: Essays for the Left Hand*. London and Cambridge, MA. Belknap Press of Harvard University Press, 1980.
4. Jusienė, R.; Tuominienė, J. Televizoriaus žiūrėjimo trukmės ir turinio ryšys su mokyklinio amžiaus vaikų psichologiniu prisitaikymu. *Socialinis darbas*. Nr. 4(1), 2005, p. 14.
5. Large, M. *Who's bringing Them Up? Gloucester. Martin Large and the TV Action Group*, 1980.
6. Meškauskaitė, L.; Paulionytė, B. Nepilnamečių teisinės apsaugos nuo jiems žalingos informacijos visuomenės informavimo priemonėse problemos. *Justitia*. 2001, Nr. 4–5, p. 55.
7. Singer, J.; Singer, D. *Television, Imagination, and Aggression: A Study of Pre-schoolers*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1981.
8. Singer, J.; Singer, D. *The House of Make-Believe: Children's Play and the Developing Imagination*. Cambridge, MA and London. Harvard University Press, 1990.
9. Tidikienė, L. *Televizija ir kinas moksleivių auklėjime*. Kaunas, 1989.
10. Valiulis, S. *Baltijos šalių žiniasklaidos transformacijos: jaunųjų tyrėjų požiūris*. Vytauto Didžiojo universiteto leidykla, Kaunas, 2005.

CONTEMPORARY ANIMATION AND THE CHILDHOOD

Dr. Tomas Butvilas

Mykolas Romeris University

Alina Juozapaitytė

Mykolas Romeris University

Summary

The paper presents a multidimensional aspect of the media culture, possible interaction with a child, and its influence on his/her moral attitudes. Along with a pilot study and its results, the study shows animation demography among Lithuanian children (aged 9-11). Also, this research reveals such children's motives and emotional boundaries with one or another animation movie, its content, etc.

Based on the research that was organized in March 2007 with 100 primary school students in Vilnius it was observed that in most of the cases children chose such cartoons where there are lot of funny sayings, behavior, and friendly relationships. Boys' and Girls' results, compared, show that more than girls boys tend to watch cartoons for more than one hour. Thus it could follow that boys belong to a group which is more influenced by animation. This fact leads to a hypothesis that their moral attitudes are likelier to be affected – whether positively or negatively.

Results have also revealed that children choose cartoons based on their funny content, and that heroes of such animation movies are friendly, help each other, and fight against evil. Most of the respondents value a hero who is *friendly*, *brave*, and *responsible* for his/her actions.

Keywords: media culture, child, contemporary animation.