

„Ma tahaks olla Pommimees!“ – laste- aialaste meedia- lemmikute analüüs ja nende võimalik kasutamine väärtus- kasvatuses ja soo- tundlikus hariduses

*Andra Siibak
Kristi Vinter*

Sissejuhatus

Meediat on tänapäeva laste jaoks saanud vanemate, eakaaslaste, õdede-vendade ja õpetajate kõrval üks mõjusam sotsialiseerija (Vinter 2013; Vandewater, Lee ja Shim 2005). Muu hulgas peetakse meediat laste sugupoolt puudutavate rollide ja arusaamade mõjusaks kujundajaks, sest lapsed otsivad juhiseid sugupoolele kohase käitumise kohta sageli just ekraanilt (Witt 2000; Aubrey ja Harrison 2004; Aavik 2009). Kuna inimese põhilistele väärtushoiakutele ja arusaamadele soorollidest ja -suhetest

pannakse alus paljuski just koolieelses eas, võib eeldada, et lasteaialaste meedialemmikutel on selle väärtusmaailma kujundamisel täita üsna oluline roll.

Eeltoodu ei tähenda, nagu me käistleks ekraanimeediat kui stereotüüpe ja traditsioonilisi soorolle peale suruvat identiteetide konstrueerimise vahendit või et lapsed tingimata lihtsalt samastuvad ja võtavad üheselt omaks ekraanil nähtud lemmikute käitumusmustreid. Käesolevas artiklis lähtume mõttest, et paljud lapsed kujundavad arusaama iseenest meedia kaasabil (Marsh jt. 2005). Meedialemmikute toel proovitakse uusi rolle, konstrueeritakse identiteete ning kujundatakse sotsiaalseid suhteid teiste lastega. Tegime oma uuringu eesmärgiga välja selgitada ja mõista, milline meediasisu eelkooliealistele lastele kõige enam meeldib, kes on nende lemmik meediakangelased, kuidas lapsed neid iseloomustavad ja mida oma lemmikutes hindavad.

Vanemaid ja õpetajaid näeme selles kontekstis aga kui „pedagoogilisi referente“ (Giroux 1998, 98), kelle ülesandeks on aidata lastel meediasõnumite sisu tõlgendada. Kuna 88% Eesti 3–6-aastastest lastest käivad lasteaias (Statistikaamet 2014), siis „lasub just lasteaiasõpetajatel erakordselt suur vastutus uue põlvkonna sooideoloogia kujunemisel“ („Soovitused soolise [---]“ 2008, 1). Kahjuks on senistes Eestis tehtud uuringutes täheldatud, et lasteaiadades käib endiselt aktiivne soostereotüüpide taastootmine ja õpetajakoolituse õppekavadeski on sooküsimustele endiselt vähe tähelepanu pööratud (vt. „Soovitused soolise [---]“ 2008, 1), mistõttu ei tunneta lasteaiasõpetajad sageli stereotüüpsete hoiakute problemaatilisust (Aavik ja Kajak 2009a). Vaatamata sellele, et lasteaiasõpetajate jaoks on välja töötatud isegi metoodilisi juhendeid, kuidas tõhustada sooliselt tasakaalustatud õppe- ja arendustööd (Aavik ja Kajak 2009b), ei ole sootundliku pedagoogika põhimõtete järgimine meie lasteaiadades veel kuigi

levinud. Kuna ka meediakasvatuse ei ole siiani eraldi õppe-kasvatustegevuse valdkonnana koolieelse lasteasutuse riiklikus õppekavas, siis ei pööra lasteaiad õpetajad laste meediatarbimisele piisavalt tähelepanu ning neil pole piisavalt teadmisi, kuidas kasutada meediat kui õppimis- ja õpetamisressurssi (Vinter 2013; Siibak ja Vinter 2010).

Ka paljud välisautorid (Souto-Manning ja Price-Dennis 2012; Arthur 2001; Marsh 2000 jt.) on rõhutanud, et praegusel ajal ei võta lasteaiad ja koolieelsete lasteasutuste õppekavad laste popkultuurist pärinevaid huvisid piisavalt arvesse, samas kui võimalused nende kasutamiseks oleksid ulatuslikud. Näiteks Davies ja Saltmarsh (2007) toonitavad vajadust näha meediateksti olemuslikku funktsiooni sugupoolega seotud teemade puhul. Souto-Manning ja Price-Dennis (2012) seevastu rõhutavad vajadust kaasata meediateksti koolieelse lasteasutuse õpetaja eriala õppekavadesse, kuna need võimaldavad käsitleda sotsiaalselt olulisi valdkondi, mis väljendavad pakilisi ja teravaid teemasid, nagu sugupool, rass, keel ja klassid ühiskonnas.

Meedialemmikute kasutamine formaalse õppegevuse protsessis eeldab õpetajatelt kõigepealt aga orienteerumist laste popkultuurilises kompetentsuses ning eelteadmisi, millised tegelased laste ekraanilemmikute hulka kuuluvad. Seetõttu keskendumegi oma uuringus sellele, milline meediasisu eelkoolieelsetele lastele kõige enam meeldib, kes on nende lemmik meediakangelased, kuidas lapsed neid iseloomustavad ja mida oma lemmikutes hindavad. Analüüsime 5,5–7-aastaste lasteaiastega tehtud 25 fookusgruupiintervjuu (N = 61) kuuldot ning seejärel pakume uuringutulemustele toetudes mõningaid ideid, kuidas arvestada koolieelse lasteasutuse riiklikus õppekavas ja väärtuskasvatuses enam laste meedialemmikuid, et aidata nii õpetajatel kui ka lastel sugupoolega seotud teemadega ühiskonnas toime tulla.

Teoreetiline ülevaade

Populaarsed meediateksti ja laste sugupooleidentiteedi kujunemine

Kuna inimesed ei vaja õppimiseks reaalseid elukogemusi, vaid õppida võib ka teisi kas või ekraanilt jälgides (Bandura 1977), rõhutavad paljud uurijad (nt. Souto-Manning ja Price-Dennis 2012; Aubrey ja Harrison 2004) vajadust vaadata laste hulgas populaarseid meediakanaleid, programme ja tegelasi tõenäoliste rollimudelite ja õppimiskontekstina, mis aitavad kujundada laste käitumist, väärtusi ja emotsionaalset heaolu.

Enda lemmiktegelasi vaadates võib lastes tärgata samastumissoov (ingl. k. *wishful identification*, Hoffner 1996), mille käigus laps identifitseerib ennast tegelaskujuga ja elab kaasa tema tegemistele, mis omakorda viib soovini olla sarnane ning käituda nii nagu tegelane. Taoline protsess võib viia aga soovini oma lemmiktegelasi ja nende käitumist imiteerida ning hiljem võidakse ekraanil väljendatud emotsioone, mõtteid ja hoiakuid omaks võtta (Huessman 1988). Ekraanimeediast tuntud tegelaste matkimine ja oma mängudesse toomine on koolieelikute seas väga tavaline (Hadley ja Nenga 2004; Dickie ja Shuker 2014; Marsh ja Bishop 2014). Vaatluse teel õppides matkivad eelkoolieelised lapsed tavaliselt seda, mida ekraanil näevad, olgugi et nende endi kogemused, oskused ja teadmised ei pruugi olla piisavad mõistmaks või märkamaks käitumist, mis võib olla ohtlik või suisa sotsiaalselt sobimatu. Näiteks väikeste poiste peamised matkimismängud on sageli seotud hea ja kurja vahelise võitlusega (Kalliala 2002), mistõttu on nende seas populaarsed erinevate superkangelaste ja kurikaelte mängud (Logue ja Shelton 2008). Eeltoodust nähtub, et mäng ei ole süütu tegevus (Wohlwend 2012, 19), mistõttu peaks veelgi enam pöörama tähelepanu sellele, kuidas lapsed ekraanilt nähtut tõlgendavad ja ekraanifiktioone enda mängudes kasutavad (Cul-

lingford 1984, 180 (viidanud Kline 1995, 319 kaudu)).

Olgugi et meedia mõjusid uurinud David Buckinghami (2003, 18) arvates tuleks meediasisu võimalikust mõjust lapse arengule rääkides hoiduda mustvalgetest sõnavõttudest, leiavad paljud teadlased siiski, et meediatekstides nähtu ja kogetu võib lastele negatiivse jälje jätta, soodustades näiteks ebamoraalset ning agressiivset käitumist (Vandewater jt. 2005) või problemaatiliste väärtushinnangute kujunemist ja negatiivsetest käitumismudelitest õppimist (Villani 2001). Muu hulgas nähtub uuringutest, et just laste meedialemmikuid seostatakse selliste probleemsete ilmingutega nagu agressiivne käitumine (Krcmar ja Hight 2007), oma kehaga rahulolematuse (Anschutz, Spruijt-Metz, van Strien, Engels 2011) ja soostereotüüpsed hoiakud (Lieberman, Fisk, Biely 2009). Samas rõhutavad mitmed teadlased (nt. Marsh 2003; Wohlwend 2012) vajadust näha meediatekste hoopis kui vahendit, mis võib aidata lastel näiteks sugupoolte temaatika kompleksust mõista. Taas saame kinnitust, et meediatekstil on suur pedagoogiline potentsiaal.

Meedialemmikute pedagoogilised kasutusvõimalused koolieelses lasteasutuses

Kuna televisioon võib mõjutada laste kognitiivseid protsesse ja emotsionaalset seisundit ning muu hulgas muuta ka nende uskumusi, leiavad Singer ja Singer (2007), et õppekavades tuleks meediakirjaoskuse õpetamisega arvestada varasemast enam.

Mitmed autorid on jaganud erinevaid soovitusi, kuidas kasutada laste popkultuurist pärit lemmikuid formaalses õppetegevuses ning õpetada lastele seeläbi ühiskonnas käibel olevaid norme, väärtusi ning hoiakuid. Näiteks leiab Martin (2007), et superkangelaste (nt. Superman, Batman, Ämblikmees jt.) kaasamine õppetegevusse aitab lisaks õppimise toetamisele lastele paremini selgeks teha positiivse ja nega-

tiivse käitumise võimalikke mõjusid. Mitmed teisedki uurijad soovivad superkangelasi kasutada väärtuskasvatuse vahendina ja leiavad, et superkangelaste abil saab õpetada lapsi kohtlema teisi inimesi sobival viisil ja toimima ühiskonnas soovitud moel (Bauer ja Dettore 1997) või tutvustada neile sotsiaalselt olulisi teemasid (Haas Dyson 1997). Nii näiteks toonitavad Cole, Labin ja del Rocio Galarza (2008), et meedias nähtu võib aidata lastel inimestevahelisi erisusi paremini mõista ja aktsepteerida meid iga päev vahetult ümbritsevat mitmekesisust.

Popkultuurist pärit lemmikuid on soovitatud (Dunn, Niens ja McMillan 2014) kasutada ka laste kirja- või lugemisoskuse arendamisel. Näiteks Batmani ja Kassnaist (Marsh 1999) ning teletupse (Marsh 2000b) on edukalt kasutatud õhutamaks lapsi mängima kirjaoskust arendavaid rollimänge ning ninjakilpkonni, X-meeste ja teisi meedialemmikuid peetakse headeks abilitest lastele sugupoolst ja ühiskonna võimusetest rääkimisel (Haas Dyson 1994). Mitmete uurijate (Dunn jt. 2014; Dickie ja Shuker 2014; Wohlwend 2012) kogemustest ilmneb, et kui pakkuda lastele kooliülesandena võimalust kirjutada enda lemmik meediakangelastest, kasvab nende huvi ülesande vastu ja õpimotivatsioon ning seeläbi paranevad ka kirjutamis- ja lugemisoskused. Näiteks Dickie ja Shukeri (2014) uuringus osalenud Austraalia lasteaiapäetajad olid näidanud lastele nende lemmiktegelastega videoklippe ning palunud neil seejärel paarides nähtu üle arutleda ning arutelu seejärel kirja panna.

Selliste formaalsete õppeülesannete lahendamisel on meedialemmikud andnud lastele ainet nii teatrietenduste lavastamiseks kui ka raamatute kirjutamiseks (Wohlwend 2009; Dickie ja Shuker 2014). Soostereotüüpide teemaga tegelemiseks on soovitatud kasutada ka rollimänge, mille kaudu saab aidata lastel stereotüüpseks peetavaid mõttemustreid ja käitumispraktikaid murda või taastoota (Wohlwend 2011).

Vaatamata sellele, et lasteaiaõpetajaid julgustatakse üha aktiivsemalt kasutama lastele suunatud meediasisu formaalses õppetöös ning huvituma laste meediatarbimise eelistustest ning nende kultuurililisest kompetentsusest (Dunn jt. 2014), puudub paljude riikide lasteaiaõpetajate koolituses endiselt sellisuline ettevalmistus (Marsh 2009; Siibak ja Vinter 2010; Vinter 2013). Eesti lasteaiaõpetajate koolituses on meediakasvatuse õppekavadesse lisatud alles viimastel aastatel, kuid paljud tegevõpetajad pole seda valdkonda siiski piisavalt teadvustanud (Vinter, Siibak, Kruuse 2011). Õpetajad küll märkavad üha enam laste käitumises muutusi ja tõlgendavad neid paljuski just meediast tulenevaiks, kuid tunnistavad oma oskamatust rakendada meediasisu lapse arengu teenistusse (*ibid.*).

Eelkoolialiste poiste ja tüdrukute meedialemmikud

Eelkoolialised lapsed ootavad peamiselt, et televisioonisaated oleksid köitvad, naljakad, tegevusrohked ja meelelahutuslikud (Hill 2004). Sageli on koolieelses eas laste kõige meelepärasemaks meediažanriks animafilmid, sest need on naljakad ja kaasahaaravad (Chambers jt. 1998).

Lemmiktegelaste valikul lähevad poiste ja tüdrukute eelistused siiski enamasti lahku (Hoffner 1996; Jennings jt. 2008). Võrreldes tüdrukutega, kellele meeldib end samastada nii atraktiivsete mees- kui ka naistegelastega (Hoffner 1996; Aubrey ja Harrison 2004), meeldivad poistele kõige enam just fantaasiakangelased ning seetõttu valivad nad oma lemmikuteks fantaasiategelasi oluliselt sagedamini kui tüdrukud (Woolley 1997). Näiteks täheldasid Austraalia lasteaiaõpetajad, et kui väikeste poiste seas on populaarsemateks tegelasteks sellised üleloomulike võimetega fantaasiakangelased nagu Ben10, Ämblikmees, Superman, Batman või Power Rangers, siis

tüdrukutele meeldivad enim pigem printsessid, ponid ja Barbie'd (Dickie ja Shuker 2014). Samasugused maitse-eelistused joonistuvad välja ka Eesti lasteaias (Lapp 2011) ja põhikoolis käivate laste seas korraldatud uuringutest (Lukas 2003; Hermann 2012).

Lisaks sugupoolepetsiifilisele maitsele kalduvad lapsed väärtustama oma lemmikute juures sugupoolega seotud iseloomulikke jooni. Näiteks on tegelase atraktiivsus (nii poiste kui ka tüdrukute puhul) üheks samastumise ennustajaks (Hoffner 1996). Kui poistele meeldimist ennustab pigem tegelase füüsiline tugevus (Wilson ja Drogos 2007) ja võimsus, siis tüdrukud eelistavad tegelasi, kes on lisaks ilusale välimusele ka meeldiva käitumisega (Hoffner 1996).

Ka Eestis tehtud uuringud kinnitavad samu trende. Kui tüdrukud peavad oma lemmikute puhul kõige olulisemaks ilusat välimust (Lukas 2003; Lapp 2011; Hermann 2012), kuid väärtustavad ka heatahtlikkust, head käitumist, viisakust, hellust, headust ja korralikkust (Lukas 2003) ning sõbralikkust ja huumorisoont (Hermann 2012), siis poisid hindavad oma lemmikangelastes peamiselt supervõimeid (Lukas 2003; Lapp 2011; Hermann 2012).

Siiski ei tohi ära unustada tööka, et laste meedialemmikud ei ole universaalsed ning mitte kõigile poistele ja tüdrukutele ei meeldi sarnased tegelased.

Metoodika

Valim

Valimi moodustasime Eesti lasteaegade põhjal ning seepärast osalesid uuringus vaid eesti keelt kõnelevad lapsed. Vene õppekeele lasteaiad välistasime valimist, kuna võis eeldada, et eesti ja vene rahvusest laste meediatarbimise harjumustes ja sisus võib esineda erinevusi. Samuti oleksid uuritavate tausta-

tunnused muutnud sotsio-kultuurilise konteksti liiga heterogeenseks.

Uuringu tegime kolmes munitsipaallasteaias, mis paiknesid erinevates regioonides – Tallinnas, väikelinnas ja maapiirkonnas. Igast lasteaiast osales uuringus kaks rühma, kuhu maapiirkonnas kuulusid erinevas vanuses laste rühm ja mõlemas suuremas lasteaias samaealiste laste rühmad. Uuringu tegemise ajal, 2010. a. sügisel oli Eestis 631 lasteaeda (Haridus- ja Teadusministeerium 2014), neist 594 munitsipaallasteaeda (sh. lasteaed-alkkoolid ja lasteaed-põhikoolid), millest 130 asus Tallinnas ja 50 teistes Eesti suuremates linnades (Eesti Hariduse Infosüsteem 2014).

Enne uuringu tegemist küsisime kõikidest lasteaedadest luba. Pärast nõusoleku saamist kohtus Kristi lapsevanematega, kelle lapsed olid kavandatud uuringus osalema. Kohtumise eesmärk oli tutvustada lapsevanematele uuringu eesmärke ja protseduuri ning vastata nende küsimustele. Kõik lapsevanemad said ka kirjaliku kokkuvõtte uuringust ja kirjaliku kokkuleppe vormi, mille allkirjastamisega andsid nad loa oma lapsel uuringus osaleda. Pärast vanemaga kokkuleppe sõlmimist küsiti uuringus osalemiseks nõusolekut ka lapselt. Kuna kõik kuue rühma lapsevanemad kirjalikku kokkulepet ei allkirjastanud, ei osalenud uuringus kõik lapsed valimisse kuulunud rühmadest. Lõplik valim koosnes 61 eelkooliealisest lapsest (31 Tallinnast, 18 Eesti väikelinnast ja 12 maapiirkonnast). Valimisse kuulus enam-vähem võrdselt poisse ($n = 31$) ja tüdrukuid ($n = 30$). Enamik lapsi osales kahes, kuid mitte enamas erinevat teemat käsitlevas fookusgrupis. Kõik uuringus osalenud lapsed jäid vanusevahemikku 5,5–7 eluaastat. Selle vanuserühma kasuks otsustasime sellepärast, et nimetatud vanuses lapsed on võimelised iseseisvalt ja arusaadavalt suuliselt oma mõtteid väljendama (Darbishire jt. 2005) ning suudavad seetõttu eesmärgipäraselt oma kogemusi reflekteerida.

Protseduur

Uuringu andmestiku kogumiseks tegime 25 fookusgruupiintervjuud. Laste endi arvamusi otsustasime intervjuude kaudu uurida seetõttu, et täiskasvanud kalduvad hindama lapsi oma vaatevinklist ning alatahtsustavad laste isiklikke arusaamu (Lansdown 2004). Kõik intervjuud tegi Kristi, kes on töötanud muu hulgas lasteaias rühmaõpetajana ning saanud erialase ettevalmistuse. Toetudes Hilli jt. (1996) kogemusele, toimus enamik intervjuudest 3–6-liikmelistes (enamasti kuulus fookusgruppi 5–6, ühel puhul 3 ja ühel 4 liiget, sest laste kohalkäimine oli uuringu toimumise ajal tavapärasest väiksem) ja enamasti nii poistest kui ka tüdrukutest koosnevates segarühmades. Kahes fookusgrupis osalesid vaid poisid ja ühes ainult tüdrukud. Konkreetset fookusgruppide rühmad kujunesid juhuslikult, kuid eakaaslaste surve vähendamiseks moodustasime fookusgruppid kahte erinevasse lasteaiarühma kuuluvatest lastest. Võib oletada, et segarühmades võis valimi disain mõjutada sooliselt soovitatavat esitust ning seetõttu võivad neis antud vastused erineda pisut samasoolistes rühmades antud vastustest. Teisalt olid uuringus osalenud lapsed vanuses, kus lasteaias eelistatakse sookaaslaste seltskonda ning teisele sugupoolele püütakse pigem vastanduda.

Fookusgruppid toimusid pärast lõunauinikut ning kuna intervjuueerimine oli mänguline, lapsi küsitleti ajakirjanikumängu kaudu, siis oli laste huvi osalemise vastu suur. Fookusgruppide suurus tulenes pilootuuringu kogemusest, mis näitas, et 5–6-liikmelises rühmas olid lapsed julgemad ja jutukamad ehkki katsetati ka kolme- ja neljaliikmelist fookusgruppi. Pilootuuring tehti kuu enne põhiuuringut kolmes fookusgrupis kokku 13 lapsega.

Intervjuud tegime 10-nädalase ajavahemiku jooksul 2010. aasta septembrist detsembrini, kuni andmete küllastumiseni. Intervjuud kestsid 15–30 minutit. Intervjuude pikkus sõltus

lasterühma jutukusest. Vanuselisi erisusi intervjuude pikkuse vahel ei ilmnud. Kõik fookusgruppiintervjuud lindistati ja transkribeeriti.

Fookusgruppe tehes toetusime Darbshire'i jt. (2005) kogemustele. Fookusgrupi aluseks olid mõned varem kirja pandud küsimused, mille sõnastus oli paindlik ja sõltus vastustest, mida lapsed andsid. Intervjuu küsimused olid jagatud kolme teemarühma: (1) laste ekraanilemmikud, (2) eelistused ja emotsionaalsed reageeringud ekraanilt nähtule ja (3) laste tähelepanekud meedia sisu ja lastevanemate juhendamise kohta. Teemarühmade loomise põhjuseks oli soov koguda andmeid lastele eakohaselt mõistetavamate teemade kohta, mida nad ka tavapäraselt omavahelises vestluses puudutavad. Igas fookusgrupis keskendusime vaid ühele teemale, mis tähendas, et 9 fookusgruppi (42 osalejaga) keskendus meedialemmikute teemale, laste meediaeelistuste ja emotsionaalsete reageeringute üle arutleti 9 fookusgrupis (44 osalejat) ning sisu ja vanemate juhendamise temaatikale keskendus 7 fookusgruppi (35 osalejat). Hoolimata soovist tegeleda fookusgrupis konkreetse teemaga, näitas kogutud uurimisandmestik, et laste meedialemmikud ja -sisu eelistused olid läbivad teemad kõikides fookusgruppides, mistõttu sai kõikide fookusgruppide materjali ka käesoleva artikli koostamisel kasutada.

Andmeanalüüs

Andmeanalüüs toimus kahes faasis. Esiimeses faasis analüüsisime intervjuusid eraldi. Andmete analüüsimisel kasutasime põhistatud teooria elemente, nagu seda on kirjeldanud Strauss ja Corbin (1990), kuna nende metodoloogia edasiarendus on liberaalsem selles osas, mis puudutab kirjandusega tutvumist enne kodeerimisega alustamist.

Kristi kasutas andmete analüüsimisel NVivo programmi, Andra mitte. Toetudes Hutchison'i, Johnstone'i ja Breckoni (2010) seisukohale, et NVivo kvalitatiivse andmeanalüüsi tarkvara

saab kasutada kõrgetasemelise põhistatud teooria loomiseks, otsustasime neid kahte lähene-mist omavahel kombineerida.

Tööd andemetega alustasime sõltumatu kodeerimisega, mille käigus töötasime mõlemad sama materjaliga. Andmeanalüüsi teises faasis võrdlesime kodeeritud kategooriaid, et saavutada põhikategooriate osas konsensus. Kasutades konkreetseid tekstinäiteid intervjuude transkriptsioonidest, tuvastasime põhilised teemad, mis olid seotud laste meediaeelistustega, ja selgitasime välja tähendused, mida lapsed ekraanilt nähtule andsid. Tulemuste juures esitatud illustreerivates intervjuukatketes tähistab (T) tüdruku vastust ja (P) poisi vastust. Samuti on ära märgitud, millisest regioonist pärit lapsega on tegemist.

Kuna põhistatud teooria on väga nõudlik metoodika, siis mõõname, et me ei ole oma analüüsis Straussi ja Corbini (1990) kirjeldatud põhistatud teooriat täielikult järginud. Põhistatud teooria eeldab lisaks väga tekstilähedasele kodeerimisele ka analüüsi vältel varasemate teoreetiliste teadmiste peast heitmist. Meie kasutasime oma uuringus veidi üldsõnalisemat kodeerimist ning arvestasime oma varasemate taustateadmistega pisut enam, kui see Straussi ja Corbini (1990) lähenemise puhul tavaks on saanud.

Tulemused esitame järgmiselt: (1) laste meediasisu eelistuste üldised karakteristikud; (2) soospetsiifilised meediaeelistused; (3) poiste ja tüdrukute meedialemmikud; (4) meedialemmikud soolistatud rollimudelina.

Tulemused

Laste meediasisuga seotud eelistuste üldised karakteristikud

Intervjuude analüüsist nähtus, et lastele meeldivad eelkõige meelelahutuslikud telesaadet, mille vaatamine ei nõua neilt erilist intellektuaalset pingutust. Peamiste lemmikžanritena

nimetasid uuringus osalenud lasteaialapsed multfilme ja lasteprogramme, mida vaadatakse meelsasti nii internetist kui ka televiisorist. Koolieelikute (6–7-aastased) hulgas olid populaarsed ka erinevad täiskasvanute seriaalid ja välismaised filmid (nt. „Avatar”¹, „Transformerid”², „Videviku saaga”³ jms.).

Oma lemmik meediasisu kirjeldades kasutasid lapsed sageli sõnu „naljakas” ja „põnev”. Laste poolt naljakaks peetud meediasisu kirjeldusi analüüsid võis täheldada, et poisid ja tüdrukud peavad naljakaks sarnaseid asju. Kõige naljakamate olukordade kirjeldused ja kõige naljakamaks peetavate saadete loetelu („Rajalt maha”⁴, „Ameerika naljakamad koduvideod”⁵, „Tom ja Jerry”⁶) viitavad sellele, et lapsed peavad kõige naljakamaks situatsioonikoomikat, eriti selliseid olukordi, kus keegi kukub pikali või juhtub mõni õnnetus. Teisalt töid lapsed välja ka momente, kus halb sai karistuse, isegi kui see oli esitatud huumori võtmes.

T (1, Tallinn): „Beethovenis”⁷ oli lahe asi see, kui see kuri mees veeres ühelt kännult alla ja pea peal oli üks känd ja kukkusid mutta.

P (2, maapiirkond):[Kõige naljakam on] siis, kui lehed kukuvad suhu näiteks.

Võõrkeelseid filme naudivad lapsed üldjuhul siis, kui seal on palju eriefekte ja kiire sündmustik. Näiteks peeti just neil põhjustel huvipakkuvaks selliseid Hollywoodi filme nagu „Muumia”⁸ ja „Batman”⁹. Samas pidasid seriaale, draamasid, uudisteprogramme ning koka- ja kodusateid igavaks nii uuringus osalenud poisid kui ka tüdrukud.

P (1, Tallinn): Mulle tundub üks emme lemmikfilm „Südameasi”¹⁰ [igav], sest seal käiakse lihtsalt ringi ja räägitakse ja käivad külalised ja juhtub igasuguseid värke.

T (1, Tallinn): Mulle ei meeldi „Vaprad ja ilusad”¹¹ ka, mida mu vanaema ja vanavana-

ema vaatavad, kuna seal on kõik teises keeles ja siis teevad igavaid asju seal.

Kõik valimisse kuulunud lapsed väitsid, et on televiisorist nähtud oma mängudes kasutanud ja järele mänginud. Kõige sagedamini matkivad lapsed enda sõnul mängudes loomi ja tegelasi täiskasvanute filmidest ja saadetest. Samas nimetasid lapsed mängueeskujudena ka multifilmide ja lastesaadete tegelasi.

P (6, maapiirkond): Ma olen mänginud veel „Tommi juures”¹², mina olen olnud Tommi ja siis ma olen veel mänginud indiaanlasi, mida ma olen kanal 3¹³ näinud.

P (4, Tallinn): Mina vaatasin zombifilmi ja siis mängisin.

T (1, väikelinn): Ma nägin telekast „Tommyt ja Jerryt”, et mina olen kass ja sõber on hiireke ja ma teen talle kogu aeg kōdi.

Stsenariume ja tegelasi, keda on mängudes matkitud, kirjeldati suure innuga, mis näitab, et lapsed kasutavad mängudes teadlikult meedias nähtut ning saavad sealt mängustsenariumiteks ainet.

Soospetsiifilised meediaelisted

Intervjuudest nähtus, et vaatamata sellele, et poistel ja tüdrukutel on naljakast ja igavast meediasisust sarnane arusaam, ilmnevad erisused selles osas, mida peetakse põnevaks. Kõige põnevamate telesaadetenähtena nimetas enamik fookusgruppides osalenud poistest selliseid sarju ja filme, milles näidatakse kas autosid (nt. „Top Gear”¹⁴) ja autode võidusõitu (nt. F1) või võitlusstseene, lahinguid ning hirmutavaid seiku. Taolised huvid tingisid tööga, et seiklus- ja õudusfilme, aga ka filme, kus leidis vampiire või kummitusi, pidasid „poiste filmideks” nii uuringus osalenud poisid kui ka tüdrukud.

Intervjuerija (Tallinnas toimunud poiste fookusgrupi vestlust kokku võttes): Kas teile meeldivad siis sellised filmid, kus keegi saab surma ja kus võideldakse?

Poisid (kõik koos väga emotsionaalselt):
Jaaaaa!!!

Intervjuerija: Aga miks need meeldivad teile?

P (1): Sellepärast, et need on hästi lahedad ja need on meestefilmid.

P (2): Poistefilmid, mitte mingite nõrkade tüdrukute filmid.

T (1, väikelinn): Mulle ei meeldi telekas poistefilmid, ma panen need kinni ja jooksen emme juurde, need on igasugused poiste püssifilmid, ma jooksen emme juurde ja hakkam värisema.

T (2, väikelinn): Kõige hirmsamad on need poiste kummituste filmid. Mina kohe jooksen emme juurde, laua alla poeni ja siis ütlen: „Emme, emme, appi, appi, kummituste filmid tulevad!” Aga emme teeb teleka lahti ja vaatab ning paneb mulle ühe teise filmi ja emme ütleb, et see pole mingi kummitustefilm ja ma rahunen maha.

Vaatamata sellele, et enamasti kirjeldasid lapsed (eriti poisid) seiklus- ja õudusfilmides nähtut väga suure õhinaga, ilmnes intervjuude transkriptsioonidest, et nimetatud meediasisu tekitab neis ambivalentseid tundeid ja reaktsioone. Nagu ülaltoodud intervjuukatketest ilmneb, kirjeldasid nii poisid kui ka tüdrukud vastuolulisi emotsioone siis, kui jutuks tulid sellised üleloomulikud tegelased nagu vaimud ja vampiirid ning nende võimalik olemasolu. Ilmnes, et piir selle vahel, mis on päris ja mis mitte, ajab koolieelses eas segadusse nii poisid kui ka tüdrukud. Uurimisandmete analüüs

näitas, et isegi need lapsed, kes olid veendunud, et koletisi ja muid selliseid olevusi ei eksisteeri, hakkasid kahtlema, kui rühmas oli kasvõi üks laps, kes väitis, et nad siiski on olemas.

P (1, maapiirkond): Kummitusi pole üldse olemas.

T (2): Öösel ma ei näinud und kummitustest, ma nägin päriselt kummitust.

P (1): (üllatunult) Päriskummitust?

Samasugused vastuolulised emotsioonid valdasid mitmeid fookusgruppides osalenud poisse ka *action*-filmidest rääkides. Sarnaselt tüdrukutele, kelle lemmikute hulka nimetatud žanr tapmistele ja kaklustseenide tõttu ei kuulunud, tunnistas ka osa poistest, et selliseid filme ei ole alati just meeldiv vaadata. Samas nimetasid mitmed uuringus osalenud poisid just seda žanri üheks oma lemmikuks, seevastu kui valimisse sattunud tüdrukud eelistasid vaadata näiteks hoopis perefilme, *-show*sid ja komöödiaid.

Poiste ja tüdrukute meedialemmikud

Laste lemmikute valikul ja nende valikute põhjendustes ilmneb soo põhjal samuti nii sarnasusi kui ka erinevusi. Näiteks nii poisid kui ka tüdrukud nimetasid oma lemmikutena realistlikke inimesesarnaseid tegelasi teleseriaalidest ja filmidest. Kui tüdrukute eelistused olid Laisk Liisu¹⁵ ja Harry Potter¹⁶, siis poistele meeldisid peamiselt kangelaslike elualade esindajaid, nagu tuletõrjuja Sam¹⁷ või politseinikud ja kriminaaluurijad.

Lastesaadetest ja multifilmidest pärinevaid loomi pidasid paljud lapsed samuti lemmikuteks. Erinevad multifilmidest pärinevad loomad, nagu Hello Kitty, Scooby Doo¹⁸, Tom ja Jerry ja lammas Shaun¹⁹ olid tüdrukute hulgas populaarsed. Neist Scooby Dood, Tomi, Jerry ja lammas Shauni nimetasid lemmikuna ka poisid.

T (1, väikelinn): Mulle meeldib kass ja hiir. See on multifilm „Tommy ja Jerry“, sest nad teevad seal naljakaid asju.

Kõige suuremad erinevused poiste ja tüdrukute meedialemmikute vahel ilmsesid selliste animakangelaste puhul nagu Spiderman, Bakugan, Batman, Ben Ten ja Iceman, kes olid uuringus osalenud poiste vaieldamatuteks lemmikuteks, samas kui tüdrukud ei maininud neid kordagi oma lemmikutena. Erinevad fantaasiakangelased sümpatiseerisid tüdrukutele küll, kuid lemmikuteks peeti hoopis Pinocchiot, Lumivalgekest, Väikest Merineitsit ja muumiseid. Fantaasialemmikutena nimetasid tüdrukud ka haldjaid, ingleid ja printsesse ehk tegelasi, kes poiste hulgas populaarsed ei olnud.

Intervjuudest nähtus, et enamasti nimetasid intervjuueeritud koolieelses eas lapsed oma lemmikutena väljamõeldud tegelasi. Päris inimesi (nt. Justin Bieber, Ithaka Maria) nimetati oma lemmikutena seevastu haruharva.

Meedialemmikud soolistatud rollimudelitena

Laste põhjendused, miks ühed või teised tegelased neile meeldivad, töid samuti esile erinevusi ekraanilemmikute valikuprintsiipides.

Tulemustest nähtub, et üleloomulike võimetega tegelased ning hea ja kurja võitlus (sh. võitlused ja lahingud, sõjarelvad jms.) paeluvad poisse enim. Ilmselt seetõttu domineerisidki uuringus osalenud poiste ekraanilemmikute seas üleloomulike võimetega (nt. lendamine) või agressiivse käitumisega (nt. löömine, poksimine) silma jäänud tegelased. Üldjuhul nimetasid poisid oma lemmikuteks tegelasi, kes vägivaldsest käitumisest hoolimata sobivad kandma üldnimetust „head“.

P (1, Tallinn): Mulle meeldib Batman, sest ta on heade poolt ja ta võib ainult üksinda võidelda, tal on pommid, mis ise plahva-

tuavad, ja ta tapab inimesi, pahasiid, mitte heasiid.

P (3, Tallinn): [Ma tahaks olla] Raketimees, ei Pommimees, siis ma pean pahad mehed õhku laskma.

Eeltoodud poiste lemmikute kirjeldused toovad esile potentsiaalselt ohtliku tendentsi – „head“ lemmikute agressiivsest käitumisest (tapmine, löömine jms.) võib saada õigustus äärmuslikule vägivaldale ehk teisisõnu, hea eesmärk õigustab ekstreemset käitumist. Nimetatud aspektile tuleb tüdrukute ja poiste lemmikuid silmas pidades eraldi tähelepanu pöörata. Julma käitumist ei tohi soodentiteedi kujunemist silmas pidades ei poiste ega ka tüdrukute puhul sugugi õigustada ning tüdrukute kasvatamisel on samavõrra oluline õpetada vägivaldset ja julma käitumist taunima.

Lisaks superkangelastele kuulub poiste lemmikute hulka ka anima- ja mängufilmidest tuntud supervõimetega tehnika, millega poisid samastuda soovivad. Kõige sagedamini mainisid uuringus osalenud ulmefilmist „Transformerid“ tuntuks saanud inimkujulisi hiigelroboteid, inimlikustatud autosid eesotsas Pikne McQueeniga animafilmist „Autod“ ning Jaapani animatsioonisarjast „Bakugan“ pärinevaid alternatiivmaailmas ellu ärkavaid plastmasskuulidest ning magnetitest metallmängukaarte. Allolevatest kirjeldustest ilmneb, et oma lemmikutes hindavadki poisid eelkõige nende ebarealistlike võimeid.

P (1, väikelinn): Mina tahaksin olla veoauto, mis sõidab, hüppab, siis veel igalt poolt sõidab ja mööda rada ja teed ja sõidab ringi ja keerutab ka, siis ta hüppab liiga kõrgele.

P (3, Tallinn): Mina tahaksin olla Transformeri moodi, ta on hiiglane.

P (1, väikelinn): Mina tahaksin olla Bakugan, sest kui viskab palli kaardi peale, siis muudab koletiseks, suureks.

Kui poiste lemmikud paistsid sageli silma mingite üleloomulike võimete poolest, siis tüdrukute puhul ilmnas, et viimased hindavad lemmikute valikul nende oskusi (nt. kiiresti ujumine ja jooksmine jms.).

T (1, väikelinn): Merineitsi moodi tahaksin olla, sest ta ujub kiiresti.

Andmeanalüüsist ilmnas, et tüdrukud hindasid ka üleloomulikke võimeid poistest erinevalt. Kui poisid väärtustasid kõrgelt tegelaste võimet ise muutuda ja moonduda, siis valimis olnud tüdrukud pidasid oluliseks tegelaste võlumisostust ehk maagilisi võimeid. Tüdrukud pidasid väga tähtsaks, et nende lemmiktegelane oleks armas ja ilus.

T (1, väikelinn): Tahaksin haldjas olla, sest ta on nii ilus ja ta oskab võluda.

T (2, väikelinn): Mina tahaksin olla ingliske ja ta oskab ka võluda.

Erinevalt poistest toovad tüdrukud enam välja tegelase abivalmidust ning armastavad end samastada tegelastega, kes on lõbusad ja naljakad.

T (1, väikelinn): Mina tahaksin olla kloun ja Buratiino, sest nad teevad vigureid ja siis teised hakkavad kohe minu peale naerma.

Olgugi et poisid ei väljenda abivalmiduse tähtsust nii selgelt kui tüdrukud, ilmneb nende lemmikute kirjeldustest, et tegelikult hindavad nad kõrgelt abivalmis tegelasi, kes „päästavad maailma“.

P (1, Tallinn): Ninjakilpkonnad meeldivad, sest nad on nii tugevad ja nendel on nii palju relvi ja nad päästavad inimesi just.

Eeltoodu kinnitab, et hoolimata mõnedest eranditest, oli enamik uuringus osalenud las-

test omaks võtnud stereotüüpsed hoiakud ning lähtusid enda meedialemmikute valikul traditsioonilistest sugupoolele kohaseks peetavatest normidest.

Diskussioon

Meie uurimuse eesmärgiks oli analüüsida laste meediaeelisusi. Teema on nüüdisaegses meediast ümbritsetud kasvukeskkonnas oluline kas või koolieelse lasteasutuse õppekava kontekstis, sest ka multifilme võib muu hulgas vaadata kui „õpetamisvahendeid“ (Giroux 1995, 2), mis kujundavad laste teadmisi, hoiakuid ja käitumist. Eelkooliealiste laste vähesed reaalsed isiklikud kogemused ei võimalda paljut meediast nähtut tõsieluga võrrelda (Strasburger 2004), mis teeb omakorda lapsed meedia sisu suhtes eriti vastuvõtlikuks. Võttes arvesse asjaolu, et informaalne õppimine leiab sageli aset meediakeskkonnas (Schmidt ja Vandewater 2008), moodustavad laste meedialemmikud mõjuvõimsa, aga seni lasteaedades liiga vähe kasutatud õppimisressursi.

Sarnaselt mitmete välisautorite (nt. Gentile ja Gentile 2008; Wohlwend 2009; Marsh ja Bishop 2014) leitule ning Eestis varem tehtud uuringute tulemustele (Lukas 2003; Lapp 2011; Hermann 2012) võime enda empiirilise uurimuse põhjal väita, et eelkooliealised lapsed pole mitte üksnes aktiivsed ja entusiastlikud meediatarbivad, vaid taasesitavad agaralt telerist nähtud huvipakkuvaid situatsioone ja matkivad mängudes oma lemmiktegelasi. See tõik on üks peamistest põhjustest, miks täiskasvanud, nii lapsevanemad kui ka õpetajad, peaksid meie hinnangul laste meedialemmikutele enam tähelepanu pöörama ning jagama selgitusi, aitamaks lastel paremini mõtestada oma lemmikute käitumist, suhestades seda reaalse maailmaga ning selgitades ekraanilt nähtut sotsiaalselt sobiva käitumise kontekstis.

Lasteaialastega tehtud fookusgruupiintervjuudes kuulnud meedialemmikute kirjeldused

kinnitavad paljuski mitmetes varasemates Eesti (Aavik ja Kajak 2009a; Lapp 2011; Hermann 2012) ja välisautorite (Hoffner 1996; Dickie ja Shuker 2014) uuringutes leitud trende ning võimaldavad algatada lastega diskussioone nn. „hea, halva ja ilusa” (Northup ja Liebler 2010, 265) teemadel. Uuringus osalenud poiste hulgas olid populaarseimad erinevad üleloomulikud võimeid omavad superkangelased, nagu Superman, Batman või Ämblikmees. Need jõudu, aktiivsust, võitluslikkust ja liikuvust sümboliseerivad tüüpilised poiste kangelaskujud vastavad hästi hegemoonilise maskuliinsuse ideaalile (Aavik ja Kajak 2009a) ning ilmestavad hästi tööika, et meedias domineerib endiselt nn. „meessoost superkangelase kultus”, mistõttu jäävad erinevaid maskuliinsusi esindavad tegelased tahaplaanile (Marsh 2000, 211). Ka meie valimisse sattunud tüdrukute mitmed lemmikud ning neis hinnatavad iseloomujooned ja omadused – ilusa välimuse ning hea iseloomu ja käitumisega haldjad, printsessid ja erinevad animafilmidest tuntud loomad – olid varasemaid uuringuid arvestades ootuspärased. Olgugi et mõned tüdrukud nimetasid lemmikutena ka selliseid karaktereid, kelle puhul tõsteti esile nende oskust kiiresti ujuda (Väike Merineitsi) või teisi naerutada (Pinocchio), olid valimisse sattunud laste lemmikud üldjuhul siiski üsna soospetsiifilised ning ka neis hinnatavad omadused enamjaolt traditsioonilistest rolliootustest kantud.

Tulemustest ilmneb, et on küllalt ainekust ning põhjust sootundlikuks kasvatustegevuseks, kus laste meedialemmikute toel saaks õpetada lastele nende soo mõttes „ebatüüpilisi” tegevusi ja avaradada nende mänguruumi (Aavik ja Kajak 2009b). Seejuures on aga oluline märkida, et nii Eesti lasteaia- (Aavik ja Kajak 2009a) kui ka algklasside õpetajad (Hermann 2012) kipuvad ise samuti väärtustama ning oma praktikas rõhutama pigem traditsioonilisi soorolle, mistõttu võib sootundliku hariduse edendamine ning teistsuguste meheliikkuste ja naiseliikkuste või-

malikkusele tähelepanu juhtimine, jääda tahaplaanile. Pealegi, kuna Eesti lasteaiaõpetajate koolituses on meediakasvatust lisatud õppekavadesse alles mõni aasta tagasi, siis napib praegu ka õpetajatel endil teadmisi, oskusi ja kogemust, et meediasisu kompetentselt tõlgendada ning õppetöös kasutada (Vinter 2013; Siibak ja Vinter 2010).

Iseenset oleks sugupoolte temaatikat võimalik laste meedialemmikute kaudu edukalt õpetada ja seeläbi ühtlasi ka laste meediakirjandusest arendada. Näiteks saaks lastega lemmiktegelastega salvestisi vaadates arutleda selle üle, millised sõnalised, visuaalsed ja kehakeele märgid võimaldavad aimata tegelase tundeid ja emotsioone ning kuidas neid vaatajale mees- ja naistegelaste puhul näidata; millised helid ja hääled lubavad oletada, et tegelane on sõbralik, kuri või rõõmus, millised on tegelaste valdavad emotsioonid, kas need on nais- ja meestege laste puhul sarnased või erinevad; millised on tegelastevahelised suhted, kas need on mees- ja naissoost tegelaste puhul sarnased või erinevad jms. Nimetatud tegevused õpetavad lapsi sugupoolstereotüüpseid tegelaskujusid märkama ja arutlema selle üle, kas päris elus on mehed ja naised nii erinevad.

Soostereotüüpide käsitlemisel võib abi olla stsenaariumite kirjutamisest, kus tegevuse keskmeks on laste lemmiktegelased (Singer ja Singer 2007). Õigupoolest võiks lasteaia õppeprotsess enam sisaldada võimalusi, kus lapsed saaksid ise meediasisu luua, nt. teha animatsioone või filmida tegevusi ja lavastusi (Marsh 2009). Taoline praktika oleks edukas, kuna laste lemmiktegelastega seotud rollimängude ja etenduste lavastamise ja filmimise ning ekraanilt nähtu analüüsimise ühendamine võimaldaks olla lastel veelgi isiklikumalt teemaga seotud. Rollimängud pakuksid võimalust motiveerida lapsi ka nende soole „ebatüüpilisi” rolle proovima, aidates seeläbi kaasa nn. soopiiride ja stereotüüpide ületamisele. Samast mõtteviisist ajendatuna on näiteks Marsh (2000) tutvustanud tüdrukutele

Batwomani²⁰ karakterit ning andnud neile see- läbi ainest poiste hulgas populaarsete superkan- gelaste mängudeks.

Koolieelse lasteasutuse riikliku õppekava §-s 5 (2008) on välja toodud, et lasteae peab arendama lapse võimet „seostada uusi teadmisi varasemate kogemustega ja kasutada omanda- tud teadmisi erinevates olukordades ja tegevus- tes“ ja „arendama lapse arusaama ümbritsevast maailmast“. Kasutades laste meedialemmikuid õppetegevuses, peab seetõttu hoolega meeles pidama, et eelkoolialiste laste jaoks on keeru- line teha vahet päris ja kujuteldaval maailmal. Sarnaselt Cantori, Byrne'i, Moyer-Guse'i ja Riddelli (2010) leitule ilmnes ka meie uuringu tulemustest, et hoolimata laste suurest entu- siasmist (eriti poiste puhul), mida näidatakse välja, rääkides filmidest, nagu „Transformerid“ ja „Muumia“, viitavad nende reaktsioonid sageli hirmule ning need tekitavad lastes küsimusi ekraanilt nähtud üleloomulike tegelaste (vam- piirid, vaimud ja koletised) olemasolu kohta. Täiskasvanute tähelepanu ja selgitused on sel- lisel puhul äärmiselt olulised. Samuti vajavad koolieelikud täiskasvanute juhendamist ja suu- namist, et hakata tegema vahet „õigel“ ja „valel“ ning anda kas või Ämblikmehe, Batmani või transformerite tegevusele sobilikku tähendust. Sotsiaalne õppimine on eelkoolialistele lastele eakohaseks õppimisviisiks (Bandura 1977). Meie valimisse sattunud poiste kirjeldustest ilmnes, et fantaasiakangelaste seiklused paku- vad neile sageli ainest matkimiseks ja män- gusüzeedeks. Hoidmaks ära ekraanilt nähtu võimalikke hilisemaid negatiivseid mõjutusi, oleks meie hinnangul oluline leida võimalusi nende karakterite käitumist ja tegevust lastega koos arutada. Üheks võimaluseks, kuidas seda teha, on tuua laste meedialemmikute seiklused ja tegevus päris elu konteksti ja aidata lastel luua realistlikke seoseid ning panna neid mõistma näiteks fantaasiakangelaste poolt sageli kasu- tatava ekstreemse vägivalda tegelikke tagajärgi. Pedagoogilisest vaatenurgast ei saa eespool nimetatud tegelasi kasutada mitte üksnes dis-

kussioonide algatamiseks, vaid ka selleks, et aidata lastel formuleerida meid ümbritsevast maailmast realistlikke arusaamu ja hinnata adekvaatselt, kas üks või teine käitumisviis on ohtlik või sotsiaalselt sobilik. Teisisõnu leiame, et laste meedialemmikuid saab kasutada näi- teks ümbritseva keskkonna ja eetilise käitumise mõistmise kujundamiseks, mis on muu hulgas ka üks riiklikus õppekavas välja toodud vald- kond (Koolieelse lasteasutuse [---] 2008, § 3).

Laste väheste elukogemustega, mis ei või- malda hinnata kõikide tegevuste tagajärgi ini- mestele reaalses maailmas (Bergen 1998), on seotud ka laste huumoritaju. See on ka põhjus, miks nad peavad agressiivset meediasisu tihti naljakaks. Ka meie uuringus osalenud laste kir- jeldustest ilmnes, et lapsed naudivad sageli „tort näkku“-tüüpi robustseid nalju (Buijzen ja Val- kenburg 2004, 162). Olgugi et taoliste naljade hindamine ei tähenda, et lapsed oleksid iseene- sest pahatahtlikud, on julgustamine ja toetav tagasiside lapsevanematelt ja õpetajatelt (vaja- duse korral ka halvaksapanu) selliste reaktsioo- nide puhul vajalik (Bergen 1998), sest huumor ei ole mitte üksnes äärmiselt oluline õppimise soo- dustaja, vaid võimaldab pidada ka diskussioone moraalsete väärtuste üle. Popkultuuri sisu kasu- tamist lastega diskussioonide algatamiseks on soovitanud ka teised autorid, näiteks Willett (2005) ning Souto-Manning ja Price (2012).

Meetodi ja valimi kriitika

Meie uurimus pakkus väikese ülevaate eel- koolialiste laste meediaelistustest ja lemmik- tegelastest. Uurimistulemusi peaks aga vaatlema väikeste reservatsioonidega. Esiteks, tulenevalt suhteliselt väikesest ja homogeensast valimist, mis küll võimaldas analüüsida meediatarbimise eelistuste erisusi poiste ja tüdrukute vahel, ei saa tulemusi pidada siiski lõplikuks. Edaspidi tuleks uuringutesse kaasata nii lasteaias käivad kui ka kodused lapsed, et analüüsida, kas nende meediaelistustes võib olla erinevusi. Näiteks võib eeldada, et lasteaias käivad lapsed vaata-

vad vähem telerit kui kodused lapsed. Teiseks, ehkki fookusgrupid moodustati erinevate lasteaiarühmade lastest, on siiski võimalik, et laste vastuseid mõjutas eakaaslaste surve. Me ei saa täielikult välistada ka võimalust, et segarühmades toimunud intervjuu situatsioon võis lastes tekitada sotsiaalselt soovitatavate ja seetõttu stereotüüpsete vastuste andmise surve. Kolmandaks, me toetusime vaid laste vastustele ega saa välistada, et nende tegelikud igapäevapraktikad võivad olla räägitust pisut erinevad.

Hoolimata sellest kinnitavad tulemused ja kirjeldatud näited fakti, et laste meedialemmikud aitavad luua uusi tähendusi ja arusaamu laste jaoks tuttavlikus diskursuses (Marsh 2000). Teisisõnu, kasutades laste poolt armastatud ja tuttavat sisu, saavad lapsevanemad ja lasteaiatöötajad motiveerida lapsi õppima, arendada nende analüütilist mõtlemist ja tõlgendamiskust ning õpetada lastele sugupoole, väärtuste ja eetikaga seonduvat.

Märkused

Artikli valmimist on toetanud ETF grant 8527.

- 1 „Avatar“, 2009, USA.
- 2 „Transformers“, 2007, USA.
- 3 „Twilight“, 2008, USA.
- 4 „Wipeout“, telemäng.
- 5 „America’s Funniest Home Videos“, telesaade.
- 6 „Tom and Jerry“, animasari.
- 7 „Beethoven“, 1992, USA.
- 8 „The Mummy“, 1999, USA.
- 9 „Batman Begins“, 2005, USA.
- 10 „Heartbeat“, Inglismaa, teleseriaal.
- 11 „The Bold and The Beautiful“, USA, teleseriaal.
- 12 „Saame kokku Tomi juures“, Eesti, lastesaade.
- 13 Eesti kommentstelekanal TV3.
- 14 Inglise telesaade.
- 15 „Lazy Lucy“, 2006–..., Saksa animasari.
- 16 „Harry Potter“, 2004, 2005, 2007 jne., USA.
- 17 „Fireman Sam“, 2004–..., Inglise animasari.
- 18 „Scoobi Doo, Where Are You!“, 1969–1972, USA animasari.
- 19 „Shaun the Sheep“, 2007–..., Inglise animasari.
- 20 Batwoman, USA koomiksitegelane.

Kirjandus

Aavik, K.; Kajak, K. (2009a). Soo sotsiaalne konstrueerimine Eesti lasteaeades 7 Tallinna lasteaias vaatlusandmete põhjal: empiiriline uurimus. Eesti Naisuurimus- ja Teabekeskus, Tallinn. http://enut.ee/lisa/lasteaeade_uurimus.pdf

Aavik, K.; Kajak, K. (2009b). Lasteaed kaasaegseks: sooliselt tasakaalustatud õppe- ja kasvatustöö poole. Metoodiline juhendmaterjal alushariduse õpetajatele. Eesti Naisuurimus- ja Teabekeskus, Tallinn. http://enut.ee/lisa/metoodiline_juhendmaterjal.pdf

Aavik, K. (2009). Soo sotsiaalne konstrueerimine seitsmes Tallinna lasteaias. *Ariadne Lõng*, 1, (2), 12–25.

Anschutz, D. J.; Spruijt-Metz, D.; Van Strien, T.; Engels, R. C. M. E. (2011). The direct effect of thin ideal focused adult television on young girls’ ideal body figure. *Body Image*, 8, 26–33.

Arthur, L. (2001). Popular culture and early literacy learning. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 2, (3), 295–308.

- Aubrey, J. S.; Harrison, K. (2004). The Gender-Role Content of Children's Favorite Television Programs and Its Links to Their Gender-Related Perceptions. *Media Psychology*, 6, (2), 111–146.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New York.
- Bauer, K. L.; Dettore, E. (1997). Superhero Play: What's a Teacher to Do? *Early Childhood Education Journal*, 25, (1), 17–21.
- Bergen, D. (1998). Development of the Sense of Humor. In Ruch, W. (ed.), *The Sense of Humor: Explorations of a Personality Characteristic*. Walter de Gruyter GmbH & Co, Berlin, 329–358.
- Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press, Cambridge, UK.
- Buijzen, M.; Valkenburg, P. M. (2004). Developing a Typology of Humor in Audiovisual Media. *Media Psychology*, 6, 147–167.
- Calvani, A.; Fini, A.; Ranieri, M. (2009). Assessing Digital Competence in Secondary Education – Issues, Models and Instruments. In Leaning, M. (ed.), *Issues in Information and Media Literacy: Education, Practice and Pedagogy*. Informing Science Press, Santa Rosa, California, 153–172.
- Cantor, J.; Byrne, S.; Moyer-Gusé, E.; Riddell, K. (2010). Descriptions of Media-Induced Fright Reactions in a Sample of US Elementary School Children. *Journal of Children and Media*, 4, (1), 1–17.
- Chambers, S.; Karet, N.; Samson, N.; Sancho-Aldridge, J. (1998). Cartoon Crazy? Children's Perceptions of "Action" Cartoons. http://www.ofcom.org.uk/static/archive/itc/research/cartoon_crazy_1998.pdf
- Cole, C. F.; Labin, D. B.; del Rocio Galarza, M. (2008). Begin with Children: What Research on Sesame Street's International Coproductions Reveals about Using Media to Promote a New More Peaceful World. *International Journal of Behavioral Development*, 32,(4), 359–365.
- Corbin, J. M.; Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13, 1, 3–21.
- Cullingford, C. (1984). *Children and Television*. Gower, Aldershot.
- Davies, B.; Saltmarsh, S. (2007). Gender Economies: Literacy and the Gendered Production of Neo-Liberal Subjectivities. *Gender and Education*, 19, (1), 1–20.
- Darbishire, P.; MacDougall, C. J.; Schiller, W. (2005). Multiple methods in qualitative research with children: More insight or just more? *Qualitative Research*, 5, (4), 417–436.
- Dickie, J.; Shuker, M. J. (2014). Ben 10, superheroes and princesses: primary teachers' views of popular culture and school literacy. *Literacy Volume*, 48, 1, 32–38.
- Dunn, J.; Niens, U.; McMillan, D. (2014). "Cos he's my favourite character!" A children's rights approach to the use of popular culture in teaching literacy. *Literacy*, 48, 1, 23–31.
- Eesti Hariduse Infosüsteem (2014). www.ehis.ee
- Gentile, D. A.; Gentile, R. J. (2008). Violent Video Games as Exemplary Teachers: A Conceptual Analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 9, 127–141.
- Giroux, H. A. (1999). *The Mouse that Roared: Disney and the End of Innocence*. Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD.
- Giroux, H. A. (1995). Animating Youth: The Disneyfication of Children's Culture. *Socialist Review*, 24, (3), 32–55.
- Haas Dyson, A. (1994). The Ninjas, the X-Men, and the Ladies: Playing with Power and Identity in an Urban Primary School. Technical Report, 70. http://www.nwp.org/cs/public/download/nwp_file/102/tr70.pdf?x-r=pcfile_d
- Hadley, K. G.; Nenga, S. K. (2004). From Snow White to Digimon: Using popular media to confront Confucian values in Taiwanese peer cultures. *Childhood*, 11, (4), 515–536.
- Haridus- ja Teadusministeerium (2014). www.hm.ee
- Hermann, K. (2013). Ekraanimeedia roll soostereotüüpide kujundamisel: Eesti algklassiõpetajate ja õpilaste arusaam. Magistritöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, Tartu. http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/31077/hermann_kristina.pdf?sequence=1
- Hill, M.; Laybourn, A.; Borland, M. (1996). Engaging with primary-aged children about their emotions and well-being: Methodological considerations. *Children and Society*, 10, (2), 129–144.
- Hill, A. (2004). The Idea of Learning. Young Viewers of Reality TV in the U.K. In von Feilitzen, C. (ed.), *Young People, Soap Operas and Reality TV*. Nordicom, Göteborg University Press, Göteborg.

- Hoffner, C. (1996). Children's wishful identification and parasocial interaction with favourite television characters. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40, (3), 389–402.
- Hutchinson, A. J.; Johnston H. L.; Breckon, J. D. (2010). Using QSR-NVivo to facilitate the development of a grounded theory project: an account of a worked example. *International Journal of Social Research Methodology*, 13, (4), 283–302.
- Jennings, N. A.; Hunt, K.; Altenau, M.; Linebarger, D. L. (2008). *Electronic Company: Children's Parasocial Relationships and Loneliness*. A final report prepared for Corporation for Public Broadcasting. Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.
- Kalliala, M. (2002). Angel princess and suicide on the playground slide. The culture of play and societal change. *European Early Childhood Education Research Journal*, 10, (1), 7–28.
- Kline, S. (1995). *Out of the Garden: Toys, TV, and Children's Culture in the Age of Marketing*. Verso, London.
- Koolieelse lasteasutuse riiklik õppekava (2008). Riigi Teataja, 23, 152. <https://riigiteataja.ee/akt/12970917?leiaKehtiv>
- Krcmar, M.; Hight, A. (2007). The Development of Aggressive Mental Models in Young Children. *Media Psychology*, 10, 250–269.
- Lansdown, G. (2004). Participation and Young Children. *Early Childhood Matters*, 103, 4–14.
- Lapp, L. (2011). 5–7-aastaste poiste ja tüdrukute meediaeeskujud. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut, Tartu. http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/18020/lapp_liivika.pdf?sequence=1
- Lieberman, D. A.; Fisk, M. C.; Biely, E. (2009). Digital Games for Young Children Ages Three to Six: From Research to Design. *Computers in the Schools*, 26, (4), 299–313.
- Lukas, E. (2003). Teletarbimise mõju laste arusaamadele soorollidest. Bakalaureusetöö. Tallinna Ülikool, Eesti Humanitaarinstituut, ühiskonna õppetool, Tallinn.
- Marsh, J.; Bishop, J. (2014). "We're playing Jeremy Kyle!" Television Talk Shows in the Playground. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 35, (1), 16–30.
- Marsh, J. (1999). Batman and Batwoman Go to School: Popular Culture in the Literacy Curriculum. *International Journal of Early Years Education*, 7, (2), 117–131.
- Marsh, J. (2000a). Teletubby Tales: Popular Culture in the Early Years Language and Literacy Curriculum. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 1, (2), 119–133.
- Marsh, J. (2000b). "But I want to fly too!": Girls and Superhero Play in the Infant Classroom. *Gender and Education*, 12, (2), 209–220.
- Marsh, J. (2009). Digital Beginnings: Young Children's Use of Popular Culture, Media and New Technologies in Homes and Early Years Settings. In Bus, A. G.; Neuman, S. B. (eds.), *Multimedia and Literacy Development: Improving Achievement for Young Learners*. Routledge, Taylor and Francis, New York, 28–43.
- Martin, J. F. (2007). Children's attitudes toward superheroes as a potential indicator of their moral understanding. *Journal of Moral Education*, 36, (2), 239–250.
- Northup, T.; Liebler, C. M. (2010). The Good, the Bad, and the Beautiful: Beauty ideals on the Disney and Nickelodeon Channels. *Journal of Children and Media*, 4, (3), 264–282.
- Schmidt, M. E.; Vandewater, E. A. (2008). Media and Attention, Cognition, and School Achievement. *The Future of Children*, 18, (1), 63–85.
- Siibak, A.; Vinter, K. (2010). Making Sense of the Virtual World for Young Children: Estonian Pre-School Teachers' Experiences and Perceptions. *Journal of Virtual Worlds Research*. *Virtual Worlds for Kids*, 3, (2), 3–27.
- Siibak, A.; Vinter, K.; Kruuse, K. (2010). Zum Verhältnis von Vorschulkindern und Medien und zu Möglichkeiten der Medienerziehung der Kinder aus der Sicht der Kindergartenerzieherinnen in Estland. *Merz Wissenschaft*, 6, 50–58.
- Singer, D. G.; Singer, J. L. (2007). *Imagination and Play in the Electronic Age*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Soovitused soolise võrdõiguslikkuse alaseks tööks lasteaedades (2008). http://www.enu.ee/lisa/366_Haridus-soovitused5.pdf
- Souto-Manning, M.; Price-Dennis, D. (2012). Critically Redefining and Repositioning Media Texts in Early Childhood Teacher Education: What If? And Why? *Journal of Early Childhood Teacher Education*, 33, (4), 304–312.

Statistikaamet (2014). www.stat.ee

Strasburger, V. C. (2004). Children, Adolescents, and the Media. *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 34, (2), 54–113.

Vandewater, E. A.; Lee, J. H.; Shim, M-S. (2005). Family Conflict and Violent Electronic Media Use in School-Aged Children. *Media Psychology*, 7, (1), 73–86.

Villani, S. (2001). Impact of Media on Children and Adolescents: A 10-Year Review of the Research. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 40, (4), 392–400.

Vinter, K.; Siibak, A.; Kruuse, K. (2010). Meedia mõjud ja meediakasvatuse eelkoolieas. Resümee. Eelkooliealiste laste meediatarbimise võimalikud mõjud ja meediakasvatuse võimalused nende suunamisel: Eesti lasteaiaõpetajate arusaam. *Haridus*, 4, 11–17.

Willett, R. (2005). “Baddies” in the Classroom: Media Education and Narrative Writing. *Literacy*, 39, (3), 142–148.

Wilson, B.; Drogos, K. (2007). Preschoolers’ Attraction to Media Characters. http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/9/2/5/9/pages192599/p192599-1.php

Witt, S. D. (2000). Review of Research: The Influence of Television on Children’s Gender Role Socialization. *Childhood Education*, 76, (5), 322–324.

Wohlwend, K. (2012). ‘Are You Guys *Girls*?’: Boys, Identity Texts, and Disney Princess Play. *Journal of Early Childhood Literacy*, 12, (1), 3–23.

Wohlwend, K. (2009). Damsels in Discourse: Girls Consuming and Producing Identity Texts through Disney Princess Play. *Reading Research Quarterly*, 44, (1), 1–81.

Woolley, J. D. (1997). Thinking about fantasy: Are children fundamentally different thinkers and believers from adults? *Child Development*, 68, (6), 991–1011.